

**ALTE WERTE – NEUER GEIST:**  
DER TECHNO GIPFEL 2016

**KUNDENBINDUNG SCHNELL GEMACHT:**  
DAS »BILSTER BERG DRIVE RESORT«

**DIGITALER WANDEL ALS CHANCE:**  
NEUES VOM TECHNO CHANGE CLUB

# DER LETZTE MACHT DAS LICHT AUS?!

**ERFOLGREICH WIDER DEN FACHKRÄFTEMANGEL**  
**TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION**

# VIEL SPRICHT DAFÜR. UND NICHTS DAGEGEN!

STARTKLAR FÜR EINE AUSGEZEICHNETE WINTERREIFEN-SAISON



- ✓ **EXKLUSIVE VERMARKTUNG**  
TECAR Winterreifen sind **ausschließlich in Autohäusern der TECHNO AUTOHAUS-KOOPERATION** erhältlich.
- ✓ **TOP-HERSTELLER**  
TECAR Winterreifen werden von einem der weltweit größten Reifenhersteller produziert.
- ✓ **GUTE PREISE FÜR AUSGEZEICHNETE QUALITÄT**  
TECAR Winterreifen überzeugen durch ein Top-Preis-Leistungs-Verhältnis und eine **frei kalkulierbare Marge**.
- ✓ **ERHÖHTE NACHFRAGE**  
Durch die **Auszeichnung der Automobilclubs** ist mit einer erhöhten Nachfrage zu rechnen.
- ✓ **MASSIVE ABVERKAUFUNTERSTÜTZUNG**  
Attraktive **Marketing-Unterstützungs-Pakete** von **TECHNO** sorgen für zusätzliche Abverkaufsimpulse.

» **VIEL-SPRICHT-DAFUER.DE**

**TOP IN DER ADAC GESAMTWERTUNG:  
PLATZ 5 VON 15 GETESTETEN WINTERREIFEN!**

**UNSCHLAGBAR  
IN SACHEN PREIS!**



# TECAR



## AUF EIN WORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

die richtigen Mitarbeiter zu finden und zu binden ist sicherlich eine der großen Herausforderungen unserer Zeit. Eine Herausforderung, der sich mehr und mehr Unternehmen gegenübergestellt sehen.

In der aktuellen Ausgabe unseres **TECHNO** MAGAZINS haben wir uns auf die Suche nach möglichen Ursachen, Hintergründen und Prognosen gemacht: Was sagen unabhängige Fachleute, Lieferanten-Partner und Gesellschafter: Was ist dran am allgegenwärtigen Thema »**Fachkräftemangel**«? Sind die Veränderungen, die mit den technologischen Entwicklungen unserer Zeit und dem demografischen Wandel einhergehen, bereits in Deutschlands Autohäusern angekommen? Wenn ja, was tun? Welche Strategien und Maßnahmen haben sich bewährt? Wo müssen wir möglicherweise umdenken? Ein spannendes wie vielschichtiges Thema, das wir ab Seite 30 beleuchten.

Darüber hinaus finden Sie auch in dieser Ausgabe wieder viel Neues und Berichtenswertes aus und über Ihre Autohaus-Kooperation. Unter anderem einen Ausblick auf den bevorstehenden **TECHNO GIPFEL 2016** – ein Highlight in unserem Veranstaltungskalender, bei dem sich vieles um die zukünftige Ausrichtung unserer Kooperation drehen wird und wir unseren langjährigen Aufsichtsratsvorsitzenden – Kurt Kröger – gebührend verabschieden und seinen Nachfolger – Hans-Jürgen Persy – herzlich willkommen heißen werden.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen auch diesmal: viel Spaß bei der Lektüre!

Georg Wallus

Dietmar Scheck

# DER LETZTE MACHT DAS LICHT AUS?!

## TITEL-THEMA

**FACHKRÄFTEMANGEL**  
Mythos oder Wahrheit? » 30

**WIR MÜSSEN UNS BEWEGEN!**  
Martin Kuhn zur Strategie der Spindler-Gruppe. » 32

**WAS TUN WIDER DEN MANGEL?**  
Nachgefragt beim TECHNO CHANGE CLUB. » 34

**NACHHALTIGES PERSONALMANAGEMENT** » 36  
Dr. Klaus Sorg über langfristige Planungen und aktuelle Herausforderungen.

**DER FRÜHE VOGEL FÄNGT DIE FACHKRAFT** » 37  
Die Ausbildungsplatz-Garantie im Hause Brinkmann.

**4 STICHWORTE IM PRAXISTEST** » 38  
Steffen Hahn zum Umgang mit dem Thema bei Hahn.

**LÄUFT'S RUND, HERR WEIGELT?** » 40  
Recruiting & »Passion to perform« bei Reifen Gundlach.

**QUO VADIS?** » 42  
Personalberater Christian Walter über effektives Personalmanagement und vorhandene Defizite.

## GESELLSCHAFTER

**IM NORDWESTEN WAS NEUES**  
Die neu formierte Senger-Gruppe.

**AUSGEZEICHNET AUFGESTELLT**  
Neu bei TECHNO: die Müller Autohaus-Gruppe.

**25 JAHRE AUTOHAUS BRINKMANN**  
Eine Mecklenburger Erfolgsgeschichte.

**WILLKOMMEN IN DER KOOPERATION**  
Neu bei TECHNO: die Starke Automobilgruppe.

**100 TAGE TECHNO**  
Nachgefragt bei Neu-Gesellschafter Starke.

## PRAXIS

**DIGITALER WANDEL ALS CHANCE**  
Neues vom TECHNO CHANGE CLUB.

**KUNDENBINDUNG SCHNELL GEMACHT**  
Glinicke und das »Bilster Berg Drive Resort«.

**180 EXPERTEN – VIELE GEMEINSAME NENNER**  
Der T»EXPERTEN TREFF auf der automechanika.

**ALLES IM LACK!**  
Senger-Gruppe: Zentralisierung als Erfolgsfaktor.

**GIPFELTREFFEN!**  
TECHNO Gesellschafter-Versammlung inklusive!

## TERMINE

**DAS SOLLTEN SIE SICH VORMERKEN**  
Wichtige Termine rund um TECHNO.

## LEISTUNGEN & PRODUKTE

**TOP OF THE SHOP** » 12  
Die aktuellen TECHNO Top-Seller 2016.

**NEUE TECHNO LIEFERANTEN 2016** » 12  
6 Unternehmen, die Sie auf dem Zettel haben sollten.

**VORSICHT, BISSIG!** » 13  
Stop&Go verdirbt Mardern dauerhaft den Appetit.

**DIE REIFENWECHSELSAISON KANN KOMMEN** » 14  
Mit global office ständig erreichbar sein.

**UND WIE SICHER IST IHR BETRIEB?** » 16  
Machen Sie mit MAKRA den Betriebscheck.

**AUSGEZEICHNETE UMSATZPERSPEKTIVEN** » 18  
TECAR mit Top-Noten im ADAC Winterreifentest.

**EXXONMOBIL: ENERGIEMIX VON MORGEN** » 20  
Welche Energie nutzen wir in 30 Jahren?

**ATTRAKTIVITÄTS-PLUS FÜR ARBEITGEBER** » 22  
Die betriebliche Krankenversicherung des TVD.

**IMMER FÜR SIE DA** » 23  
Kurz vorgestellt: das TECHNO Außendienst-Team.

**WUSSTEN SIE EIGENTLICH ...** » 23  
dass Hundegurte vor Punkten in Flensburg schützen?

**SCHLUSS MIT LIEFERENGPÄSSEN** » 24  
Reifen Gundlach – so läuft's auch in Spitzenzeiten.

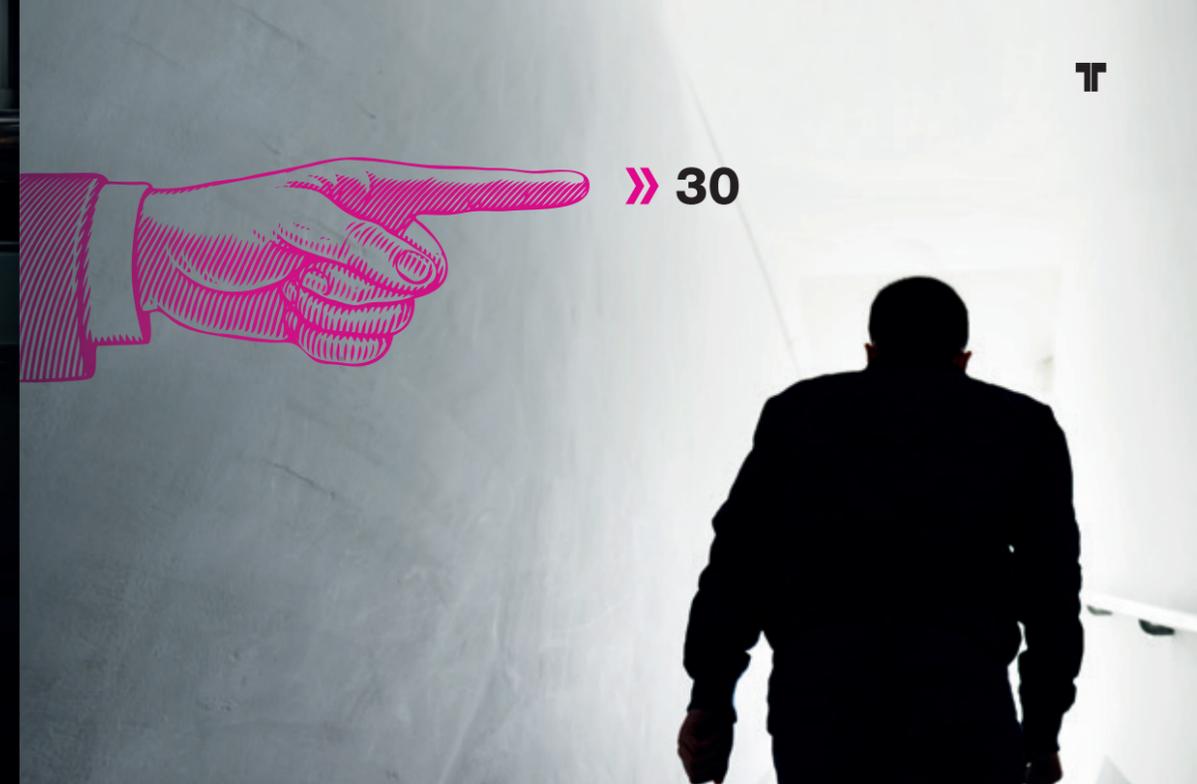
**AUTOMECHANIKA HIGHLIGHTS 2016** » 26  
Messe-Neuheiten ausgewählter Lieferanten.

**NAVIGIEREN, KOMMUNIZIEREN, ANALYSIEREN** » 28  
TomTom geht mit neuen Produkten neue Wege.

**EINEM TEIL DIESER AUSGABE LIEGEN BEILAGEN DER TECHNO EIGENMARKE TECAR BEI. WIR BITTEN UM FREUNDLICHE BEACHTUNG.**



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



## IM NORDWESTEN WAS NEUES

### DIE AUTOMOBILHANDELSGRUPPE SENGER ÜBERNIMMT DIE ROSIER-GRUPPE OLDENBURG

Die Senger-Gruppe befindet sich weiter auf Expansionskurs. Am 1. Januar 2016 übernahm eine der größten Automobilhandelsgruppen Deutschlands die Rosier-Gruppe Nord in Oldenburg – und wuchs damit um elf Mercedes-Benz-Autohäuser, 670 Mitarbeiter und 300 Millionen Euro Umsatz.

Von den nordwestdeutschen Auto-Händlergruppen war die Rosier-Gruppe Nord mit 5.800 verkauften Fahrzeugen die zweitstärkste hinter der Händlergruppe »Schmidt + Koch«. Umso überraschter war die Branche, als die Übernahme durch die Senger-Gruppe verkündet wurde.

In der Fachjournalie machte schnell das Wort »Sternenhochzeit« die Runde. Zu Recht. Denn durch den Zukauf wuchs die Gruppe zu einer der größten Händlergruppen in Deutschland mit einem Umsatz von über einer Milliarde Euro heran. Verbunden sind sich die beiden Unternehmerfamilien schon länger. Schließlich sind **Andreas Senger** und Thomas Rosier seit 15 Jahren gemeinsam im Vertreterausschuss für Mercedes-Benz aktiv.

Vielleicht auch ein Grund, warum bei Thomas Rosier statt Wehmut zufriedener Optimismus vorherrscht: »*Andreas Senger kam nach Bekanntgabe der Übernahme Emden/Aurich auf mich zu und unterbreitete ein stimmiges Konzept und Angebot, das für die Marke Mercedes-Benz, die Unternehmensgruppe Senger und für die Rosier-Gruppe Nord eine ideale Konstellation ergibt.*«

Die rechtlich und wirtschaftlich eigenständige **Rosier-Gruppe** in Menden/Sauerland mit den Betrieben in Menden, Paderborn, Stendal und Sylt ist von dem Verkauf ohnehin nicht betroffen. Denn der Weg der **Senger-Gruppe** führt zunächst einmal ausschließlich in den Nordwesten.

»*Die Übernahme der Rosier-Gruppe Nord ist ein weiterer Schritt der Wachstumsstrategie der Senger-Gruppe, die auch zukünftig auf die Marken der Daimler AG und die Volkswagen-Konzernmarken ausgerichtet ist,*« erläutert Andreas Senger seine Entscheidung zu diesem Schritt.



Andreas Senger  
Geschäftsführender Gesellschafter  
der Senger-Gruppe

#### DIE STANDORTE DER SENGER-GRUPPE



» [auto-senger.de](http://auto-senger.de)

### NEU FORMIERTE SENGER-GRUPPE SETZT AUF MOBIL

»*Im Rahmen einer Ausschreibung haben wir uns im September 2016 für den Wechsel – und so eine einheitlichere Ölvorsorgung – entschieden,*« erklärt **Andreas Senger** die Neuordnung des Schmierstoff-Bereichs.

»*Der erneute Vertragsabschluss über die Belieferung der Senger-Autohäuser mit Mobil Schmierstoffen ist eine wunderbare Erfahrung,*« freut sich **Dirk Plate**, Leiter Autohausgeschäft bei ExxonMobil. »*Er bestätigt, dass die Werte, die wir in unserer langen Partnerschaft mit TECHNO stets unter Beweis gestellt haben, noch heute Bestand haben und*

*auch von ihren Mitgliedern anerkannt werden: Schmierstoffkompetenz und Serviceleistungen.*

*Natürlich ist uns jeder neue Kunde willkommen, doch ist es schon etwas Besonderes, wenn sich ein TECHNO Partner wie die Senger-Gruppe zwei Jahre lang anders orientiert hat, um schließlich zu Mobil Produkten zurückzukehren. Zu dieser Entscheidung hat sicherlich auch unsere enge Zusammenarbeit mit den OEMs beigetragen, die sich in den vielen Produktfreigaben und Empfehlungen sichtbar niederschlägt.*«

Die Zukunft beginnt:

# Mobil 1™ ESP X<sub>2</sub> 0W-20 – spart bis zu 4 % Kraftstoff.\*

NEU



JETZT ALS ERSTES PRODUKT AUCH MIT DER NEUESTEN MERCEDES-BENZ FREIGABE 229.71.

Mobil 1™

Performance by ExxonMobil

\*Kraftstoffeinsparung von bis zu 4 % basierend auf einem Vergleich von Motorenöl mit höherer Viskosität (Mobil 1 ESP Formula 5W-30). Diese beiden Öle wurden in 4 verschiedenen Motoren und unterschiedlichen Verkehrsbedingungen getestet. Im Vergleich zum Mobil 1 ESP Formula 5W-30 wies das Mobil 1 ESP X<sub>2</sub> 0W-20 eine Kraftstoffeinsparung von 4 % auf.

© 2016 Exxon Mobil Corporation. Mobil 1 ist ein Markenzeichen der Exxon Mobil Corporation oder eines mit ihr verbundenen Unternehmens.



# AUSGEZEICHNET AUFGESTELLT

## NEU BEI TECHNO: DIE MÜLLER AUTOHAUS-GRUPPE

Die Müller Gruppe kann auf eine beispiellose Erfolgsgeschichte zurückblicken. Innerhalb von knapp 60 Jahren hat sich das Unternehmen zu einer der größten Autohaus-Gruppen in Deutschland entwickelt – und zur ersten Adresse im Saarland sowie im Raum Rheinland-Pfalz, wenn es um Fahrzeuge der Marken BMW, MINI, Peugeot, Mazda, Škoda und Opel geht.

Wenn man sieht, wie die Müller Gruppe heute aufgestellt ist, kann man sich kaum vorstellen, dass all das erst im Jahr 1957 mit der Gründung eines Tankstellenbetriebes im beschaulichen Losheim am See seinen Anfang nahm. Mit sechs Marken und 16 Autohäusern an zehn Standorten zählt das Unternehmen heute zu den größten Autohaus-Gruppen in Deutschland. Wer im Saarland oder im Raum Rheinland-Pfalz sein Wunschfahrzeug sucht, hat bei der Müller Gruppe die Qual der Wahl zwischen den Marken BMW, MINI, Peugeot, Mazda, Škoda und Opel. Rund 5.000 verkaufte Neu- und Gebrauchtwagen pro Jahr untermauern, dass die Kundschaft in der Regel auch fündig wird. Kein Wunder, schließlich zählen die Leidenschaft für das Automobil, die Bereitschaft, neue Wege zu gehen, und eine hohe Kundenzufriedenheit von Beginn an zur Kultur des Familienunternehmens. Ein Umstand, der auch regelmäßig von diversen Fachmagazinen und Marken Instanzen gewürdigt wird:

So hat die »Auto Bild« beispielsweise die Gruppe unter die »1.000 besten Automobilhändler in ganz Deutschland 2014« gewählt. 2015 erhielt die BMW Müller-Dynamic GmbH sogar als einziger Doppelgewinner bundesweit den »BMW und MINI Service Excellence Award 2014 und 2015« – für herausragende Kundenorientierung und Servicequalität.

» [mueller-auto.com](http://mueller-auto.com)



### ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: DIE MÜLLER AUTOHAUS-GRUPPE IM ÜBERBLICK.

- Gesamt » 6 Marken
- 16 Autohäuser
- 10 Standorte im Saarland und in Rheinland-Pfalz
- Beschäftigte » 210 Mitarbeiter in der Müller-Gruppe, davon ca. 30 Auszubildende

# BEWEGENDE 25 JAHRE AUTOHAUS BRINKMANN

## EINE MECKLENBURGER ERFOLGSGESCHICHTE



Was im Herbst 1991 begann, treibt Geschäftsleitung wie Mitarbeiter bei Brinkmann heute noch an: Mit jeder Menge Pioniergeist und Mut zum Wandel hat sich die Autohaus-Gruppe über 25 Jahre hinweg weit über die Grenzen Mecklenburgs hinaus einen Namen gemacht.

Der Startschuss für die eigentliche Erfolgsgeschichte der Unternehmensgruppe erfolgte im Jahr 2000 mit dem Zusammenschluss der Mercedes-Autohäuser Brinkmann in Güstrow und Bleimann in Waren. Bereits vier Jahre später präsentierte sich die Brinkmann GmbH bereits an acht Standorten – davon sechs in Mecklenburg.

Heute beschäftigt das Unternehmen 400 Mitarbeiter und bietet seinen Kunden mit den Marken Mercedes-Benz, Opel, Smart und Chrysler Jeep im Pkw-Segment sowie den Marken MAN, Evobus und Truckworks im Lkw-Bereich das komplette Programm eines modernen Autohauses. Dabei werden alle Fahrzeugsparten sowohl service- als auch verkaufsseitig betreut. Hinzu kommen als Tochterunternehmen die Brinkmann Osterloh GmbH mit drei Opel-Häusern in Mecklenburg-Vorpommern und die GAD Auto-teile- und Reifenhandel GmbH in Güstrow.

**Gute Mitarbeiter sind die Perlen eines Unternehmens.**

Als elementaren Baustein des Erfolgs sieht Maik Osterloh, der zweite geschäftsführende Gesellschafter, insbesondere die Beschäftigten: »Gute Mitarbeiter sind die Perlen eines Unternehmens.« Dass man seinen Mitarbeitern darum nicht nur mit Wertschätzung begegnet, sondern ihnen offensichtlich auch echte Mehrwerte bietet, zeigt auch der Umstand, dass das Unternehmen 2015 zum wiederholten

Male mit dem renommierten »Top Job«-Siegel für seine außergewöhnlichen Arbeitgeberleistungen ausgezeichnet wurde. Bei einer anonym durchgeführten Umfrage der Universität St. Gallen beurteilten Kollegen der Brinkmann GmbH selbst ihre Firma sogar so gut, dass sie im bundesweiten Vergleich einen der vordersten Plätze belegte. Dass man bei der Wahl zum »Unternehmer des Jahres in Mecklenburg-Vorpommern« ebenfalls den ersten Platz belegte, scheint da fast schon die logische Folge.

**Mitarbeiterzufriedenheit und Arbeitsqualität sind untrennbar miteinander verbunden.**

Aber auch bei den Kunden kommt die Brinkmann Häuser seit Jahren gut an. So belegte die Firma 2014 im Rahmen einer bundesweiten Zufriedenheitsbefragung bei allen Mercedes-Käufern den alleinigen ersten Platz im Bereich Pkw-Verkauf. Beim »Deutschen Service-Award« wurde die Gruppe sogar markenübergreifend als bester deutscher Servicebetrieb ausgezeichnet. Es gab also gute Gründe, das 25-jährige Firmenjubiläum am 1. Oktober 2016 mit einem rauschenden Fest gebührend zu feiern. Und zwar so, wie es bei Brinkmann Usus ist: gemeinsam mit allen Mitarbeitern und deren Lebenspartnern.

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



# WILLKOMMEN IN DER KOOPERATION

NEU BEI TECHNO: DIE STARKE AUTOMOBILGRUPPE



Seit 125 Jahren im Familienbesitz: Die STARKE Automobilgruppe gehört zu den traditionsreichsten Unternehmen in der Region Osnabrück und stellt heute mit ihren sieben Standorten und über 350 Mitarbeitern ein echtes Kompetenzzentrum in Sachen automobiler Faszination in der Region dar.

Bei der STARKE Automobilgruppe ist der Name Programm: 1890 als Fahrwerkinstandsetzung und Spedition mit Pferdewagen und Leiterwagen von Heinrich Starke in Osnabrück gegründet, steht das Unternehmen heute vor allem für starke Marken – und eine starke Auswahl. Ob Nutzfahrzeug, Sportwagen, Premium-Limousine oder smarter Kleinwagen: An den sieben Standorten findet sich für nahezu jede Anforderung und Vorliebe das passende Fahrzeug – und die passende Marke.

Allein in den drei Zentren in Osnabrück hat die Kundschaft die Wahl zwischen den Marken **VW, VW-Nutzfahrzeuge, Audi, Porsche, Seat-** und **Škoda-Service**.

Den Ausbau maßgeblich vorangetrieben haben in der jüngsten Vergangenheit insbesondere die Inhaber **Peter** und **Michael Starke**. Die beiden leiten seit Mitte der 80er Jahre die Geschicke des Unternehmens – und führen die STARKE Automobilgruppe damit bereits in der vierten Generation.

»Wahrscheinlich ist das auch unser Erfolgsrezept«, konstatiert Michael Starke. »Wir setzen trotz des hohen Alters unseres Unternehmens auf ein junges, modernes Team und stehen Veränderungen immer aufgeschlossen gegenüber.«



125 Jahre  
**STARKE**  
Automobilgruppe

» [starke-autos.de](http://starke-autos.de)

# 100 TAGE TECHNO:

NACHGEFRAGT BEI STARKE



**Was hat Sie motiviert, Gesellschafter zu werden?**

**Joachim Meyer:** »Mich hat vor allem die gleichermaßen verbindliche wie kompetente Betreuung unseres TECHNO Ansprechpartners überzeugt.

Es ist einfach großartig, einen Ansprechpartner für alle Belange zu haben. Zudem profitieren wir von der Bündelung des TECHNO Sortiments. Alles aus einer Hand zu bekommen, erweist sich im Alltag als großer Vorteil.«

**Welche TECHNO Leistungen haben Sie bis jetzt genutzt?**

**Joachim Meyer:** »Eines der ersten Angebote, das wir genutzt haben, war das ›Inhouse-Coaching‹. Darüber hinaus kooperieren wir inzwischen zum Beispiel mit der Fa. Würth und stehen mit dem ein oder anderen TECHNO Lieferanten in aussichtsreichen Verhandlungen.

Wir gehen davon aus, dass uns diese Allianzen dabei unterstützen, die Qualität und Flexibilität beim Einkauf ›nicht markengebundener‹ Waren zu erhöhen.«

Das Unternehmen STARKE reiht sich seit wenigen Monaten in die Riege der Gesellschafter von TECHNO ein. Audi Teiledienstleister Joachim Meyer beschreibt uns die ersten 100 Tage bei der Autohaus-Kooperation.

**Wie haben Sie TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION kennengelernt?**

**Joachim Meyer:** »TECHNO – die Autohaus-Kooperation ist mir bereits seit längerem bekannt. Welche Mehrwerte sie für uns im Detail bietet, wurde mir allerdings erst im Rahmen einer Kick-off-Veranstaltung in Hamburg klar. Intensiviert wurde der Kontakt später bei einer Vor-Ort-Präsentation bei uns im Autohaus.«

**In der aktuellen Ausgabe des TECHNO MAGAZINS dreht sich vieles um das Thema »FACHKRÄFTEMAN-GEL«. Ist dies für Ihr Unternehmen aktuell ebenfalls ein relevantes Thema?**

**Joachim Meyer:** »Aktuell sind wir in der glücklichen Lage, über sehr qualifiziertes Personal zu verfügen. Die größte Herausforderung ist es, dieses langfristig an uns zu binden. Hier sind vor allem individuelle Anreize und Mehrwerte gefragt.

Aber grundsätzlich und perspektivisch ist das natürlich immer ein Thema.«

**Herr Meyer, wir danken Ihnen für Ihre Zeit und das Gespräch.**



RÄDER | TECAR

- ★★★★★ **TECAR SG 9 und SG 9 HP**  
TECAR
- ★★★★★ **DEZENT TD in Silber, Schwarz, Graphit**  
ALCAR
- ★★★ **MSW 19 in Full Silver, Grey Silver, Matt Black**  
OZ
- ★★ **SX in Silber, Kristall-Schwarz**  
BBS
- ★ **Platin P69 in Silber, Matt-Schwarz**  
Interneu

DIE AKTUELLEN  
**TECHNO TOP-SELLER**  
2016

Aus dem mehr als 650.000 Artikel umfassenden **TECHNO** Sortiment haben sich bereits etliche Produkte als echte Verkaufsschlager hervor getan. Wir stellen die Top-Seller in der Warengruppen Reifen & Räder vor.



REIFEN & RÄDER

- ★★★★★ **Continental SportContact 5**  
Vergölst GmbH
- ★★★★★ **Hankook Ganzjahresreifen H730**  
Interneu Handelsges. mbH
- ★★★ **Michelin Nutzfahrzeugreifen (Lkw)**  
Reifen Krieg GmbH
- ★★ **Winter-Komplettäder für Ford Kuga**  
Interneu Handelsges. mbH
- ★ **Schrader Opel-RDKS-Sensoren**  
Reifen Krieg GmbH

NEUE **TECHNO** LIEFERANTEN 2016



Der Reifen-Großhändler vertreibt Reifen, Felgen und Komplettäder. Das Unternehmen verfügt über eine eigene moderne Komplettstraße und eine eigene Fahrzeugflotte, die Kunden in einem Radius von 200 Kilometern bis zu zweimal am Tag beliefert.



Das Unternehmen bietet innovative Konzepte zur Kunden-Loyalisierung und hat sich auf die Beratung für Kundenbindungsinstrumente, Systemkomponenten für Kundenkarten-Konzepte und Zusatzleistungen spezialisiert.



Mit 350 Mitarbeitern an elf Standorten einer der führenden Bosch-Vertragsgroßhändler für Ersatzteile und Werkstattaufrüstung des freien Aftermarktes in Ostbayern und Oberösterreich. Das Unternehmen beliefert seine Partner bis zu viermal täglich in seinem Stammgebiet.



Die Firma BERNER verfügt über ein vielseitiges Sortiment aus den Bereichen Chemie, DIN- und Normteile, Smart-Repair, Scheibenkleben, Handwerkzeuge und vielen mehr. Ebenfalls im Portfolio: unterstützende Servicelösungen in Sachen Logistik, Planung und Beschaffung.



Der Schmierstoffspezialist liefert hochwertige Korrosionsschutz-Konzepte. Am Standort in Dresden werden Seilschmierstoffe, Formen- und Trennmittel, Unterbodenschutzstoffe sowie Pflege- und Konservierungsmittel produziert.



Kemetyl ist ein international tätiger Lieferant im Produktsegment Chemie und hält die Exklusivrechte für die Vermarktung von Shell-Produkten im Do-it-yourself-Bereich.

**VORSICHT, BISSIG**  
**STOP&GO** VERDIRBT  
MARDERN DAUERHAFT  
DEN APPETIT

Mit 30-jähriger Erfahrung, über zwei Millionen verkauften Produkten und einer Reklamationsrate geringer 0,2% bietet **STOP&GO** mit seinem Vollsortiment die Lösung für jedes Marderproblem. Argumente, die man nicht nur bei der Autohaus-Gruppe **DELLO** zu schätzen weiß.



Jährlich melden die Pannendienste von ADAC & Co rund 230.000 Marderattacken auf geparkte Autos. Besonders ärgerlich ist dabei für die Betroffenen weniger der finanzielle Schaden, als vielmehr die damit einhergehenden Schere-reien. Wer auf sein Fahrzeug angewiesen ist, kommt um den Abschleppdienst, Werkstatt und Mietwagen nicht herum.

In der im Norden ansässigen Autohaus-Gruppe **DELLO** kennt man diese Probleme nur zu gut und setzt darum bereits seit Jahren auf **STOP&GO** Marderabwehr-Systeme. »Für uns ist es wichtig, nicht nur den entstandenen Schaden zu beheben, sondern den Kunden auch über vorbeugende Maßnahmen zu informieren und ihm eine bewährte Lösung anzubieten«, so der leitende Einkäufer Wulff über die Strategie der 24 Häuser bei **DELLO**. Und davon bietet die Marke **STOP&GO** Marderabwehr jede Menge. Als echte Dauerbrenner erweisen sich insbesondere elektronische Ultraschallgeräte. »Selbstverständlich muss der Ertrag durch diese Form des Zubehörgeschäftes stimmen. Dies ist durch die Werkstattaufrüstung mit den fest kalkulierbaren Einbauzeiten der Geräte und der gegebenen Marge mit **STOP&GO** der Fall«, bestätigt Wulff. Auch für den gemeinsamen künftigen Weg ist bestens vorgesorgt. So erwartet man im kommenden Jahr eine weitere **STOP&GO** Produktinnovation, welche die Marktposition und die Zusammenarbeit verstärken wird.

» [stop-go.de](http://stop-go.de)



**MARDER**  
**STOP & GO**®



**WIR SIND  
MARDERABWEHR**



Serviceadresse & Hotline:  
Tel. +49 (0)7631 97 27-0  
E-Mail: [info@stop-go.de](mailto:info@stop-go.de)

[www.stop-go.de](http://www.stop-go.de)

# DIE REIFENWECHSEL-SAISON KANN KOMMEN

MIT GLOBAL OFFICE SIND SIE IMMER FÜR IHRE KUNDEN ERREICHBAR



Der Winter steht vor der Tür. Und damit auch das Winterreifengeschäft. Umso ärgerlicher, wenn Ihre Kunden Sie im Fall der Fälle nicht erreichen können – und sich schlimmstenfalls anderweitig umschauchen. Ein Grund mehr, warum immer mehr TECHNO Gesellschafter auf die global office Services setzen – nicht nur in der Reifenwechselsaison.

Ob außerhalb der Öffnungszeiten oder bei Urlaub oder Krankheit: global office ist nicht nur jederzeit in Ihrem Namen für Ihre Kunden da – die Mitarbeiter nehmen auf Wunsch auch Bestellungen und Aufträge entgegen. Und das bei Bedarf sogar 24 Stunden am Tag an allen sieben Wochentagen. Via Chat-, E-Mail-, Online-Formular-, Terminierungs- oder Outbound-Service nutzt global office alle für Sie und Ihre Kunden relevanten Dialog-Kanäle, um für Sie Teile-Bestellungen entgegenzunehmen, Service-Termine

zu vereinbaren, relevante Daten für den Fahrzeugverkauf aufzunehmen oder im Fall einer Panne die Weiterleitung an ein Abschleppunternehmen zu koordinieren.

## NEUGIERIG GEWORDEN?

Dann informieren Sie sich noch heute auf **TIBS ONLINE** oder unter [www.global-office.de/techno](http://www.global-office.de/techno) und profitieren Sie von den exklusiven **TECHNO Sonderkonditionen. Auf den Tarif und die Überminuten winkt ein Rabatt von 10 %.**

» [global-office.de](http://global-office.de)



DAS MARDERABWEHRGERÄT

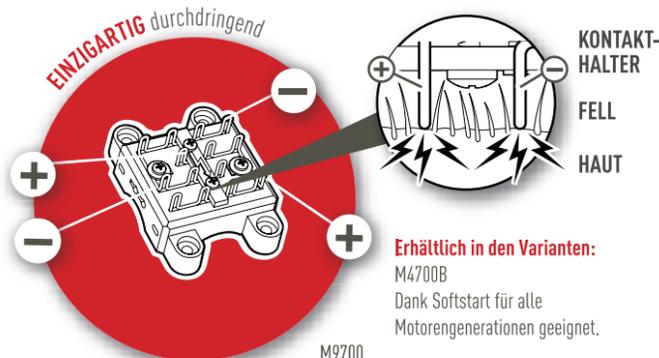
DIE **WELTNEUHEIT** IN SACHEN MARDERABWEHR.

# HOCHSPANNUNG: HAUTNAH!

DIE BEIDEN **NEUEN** MIT MULTI-KONTAKT-HOCHSPANNUNGS**BÜRSTEN**

und Sicherheits-Motorhaubenschalter.

Mehr Sicherheit für den Fahrzeughalter und eine noch höhere Abwehrleistung gegen Marder.



**Erhältlich in den Varianten:**  
M4700B  
Dank Softstart für alle Motorgenerationen geeignet.

M9700  
Die autarke Alternative mit Batteriebetrieb.  
Mit Low-battery-Anzeige und separatem Lautsprecher für eine strategisch tiefe Lage.

[KuK-Marderabwehr.de](http://KuK-Marderabwehr.de)

EINFACH. SICHER. **MARDERFREI.**



**Shell Autopflege:**  
einfach sauber,  
einfach gepflegt

## Shell EasyClean und EasyCare Autopflege



Shell bietet Ihnen mit den neuen, verbesserten Produkten Shell EasyClean und Shell EasyCare ein Komplettpaket für die Autopflege. Diese hochwertigen Einzelhandelsprodukte sind für alle Verbraucher geeignet und für Geschäftskunden auch in größeren Verpackungen lieferbar. In neuem Look, extrem effektiv in der Anwendung und auf die lokalen Bedürfnisse der einzelnen Länder abgestimmt. Diese Produktreihe wurde auf Basis einer Verbraucherstudie entwickelt und ist eine optimale Ergänzung für jedes denkbare Sortiment. Darüber hinaus können anhand des Farbschemas deutliche Zusammenhänge zu den einzelnen Kategorien gelegt werden. Sehen Sie sich auch die Autopflegeprodukte von Shell an.

## Scheibenreinigung bis -100 °C

Das Angebot an Scheibenwischwasser umfasst Produkte für alle Witterungsbedingungen. Vom hoch konzentrierten, bis -100 °C wirksamen "Winter Klarsicht" für extreme Witterungsbedingungen bis hin zum bis -5 °C wirksamen "Ganzjahr Klarsicht" für ein eher mildes Klima. Das neueste Produkt ist Shell Eco Friendly Winter Klarsicht - das umweltfreundlichste Produkt aus der "Winter Klarsicht"-Reihe. Alle Produkte haben eine DEKRA-Freigabe und sind in Verpackungen von 1 bis 4 Litern oder in Beuteln von 2 bzw. 3 Litern lieferbar. Konzentrat oder gebrauchsfertig.



## AdBlue® von Shell



Die Nachfrage nach AdBlue ist im letzten Jahr, genau wie im Jahr zuvor, weiter gestiegen. Dank Real Driving Emissions (RDE\* - dt. Emissionen im praktischen Fahrbetrieb) wird die CO2-Reduktion durch die sehr strenge Euro6-Norm ab 2017 noch verstärkt. Das bedeutet, dass der AdBlue-Verbrauch eines durchschnittlichen Autos bei 2 Litern pro 1000 gefahrenen Kilometern liegen wird. Shell liefert AdBlue in einer 1,5-Liter-Verpackung und in einer neuen 3,5-Liter-Verpackung, die beide dank der einzigartigen Dosiervorrichtungen 100% tropfsicher sind. Darüber hinaus liefert Shell AdBlue auch in 4,7- und 10-Liter-Verpackungen.

## Ab Oktober erhältlich: Shell-Zubehör

Ab Oktober 2016 ist eine Palette an maßgeschneiderten Shell-Zubehörartikeln erhältlich. Diese sind im bekannten Shell-Design und mit dem von den anderen Produkten bekannten Shell-Farbschema erhältlich, sodass alles mühelos mit allem kombiniert werden kann. Insgesamt bringt Shell 21 neue, hochwertige Produkte heraus.



Kemetyl in Zahlen 2015:  
In mehr als 18 Ländern aktiv  
Mit 4 europäischen Produktionsstätten  
Seit Jahrzehnten europäischer Partner für Shell  
Lieferung in 45 Länder weltweit  
Umsatz: 1,58 Millionen US-\$

## Kemetyl Nederland B.V.

Ihr Kontakt: Herr Robin Huisman  
T +31 35 601 2890  
[robin.huisman@kemetyl.com](mailto:robin.huisman@kemetyl.com)



# UND WIE SICHER IST IHR BETRIEB?

MACHEN SIE MIT **MAKRA** DEN BETRIEBSCHECK

**Haben Sie Ihre Betriebsanweisungen schon auf die neuen Gefahrstoffsymbole angepasst? Seit 2015 müssen alle Stoffe und Gemische nach dem neu eingeführten GHS, Globally Harmonised System, gekennzeichnet sein.**

Der Gesetzgeber stellt im Rahmen der Betriebssicherheit immer höhere Auflagen und Vorschriften. Sich in diesem Paragraphenschwung zurechtzufinden und allen Pflichten nachzukommen, wird für Unternehmen immer undurchsichtiger. **MAKRA** unterstützt Sie dabei. In unseren Betriebschecks beurteilen wir ganzheitlich Ihre Maßnahmen im Arbeits-, Haut- und Umweltschutz. Sie erfahren von uns, inwiefern Sie Vorschriften erfüllen und wo es Nachholbedarf gibt.

Zur Bestandsaufnahme begeben wir mit Ihnen den Betrieb und kontrollieren alle sicherheitsrelevanten Vorkehrungen auf ihre Vollständigkeit. Sie erhalten von uns Ihre persönlichen Handlungsempfehlungen und sind dann in der Lage, nachzurüsten und zu optimieren. Auch bei der konkreten Lösungsfindung stehen wir Ihnen zur Seite.

So unterstützen wir Sie beispielsweise mit der Bereitstellung einer FASI, einer Fachkraft für Arbeitssicherheit. Diese ist ab einer bestimmten Betriebsgröße sogar vorgeschrieben.

Der Betriebscheck von **MAKRA** ist zeit- und kostensparend. Denn wir überprüfen in einem Termin Ihr ganzes Unternehmen. So erhalten Sie aus einer Hand eine Gesamtübersicht zu Ihrem Optimierungspotential – zum Schutz Ihres Betriebs und Ihrer Mitarbeiter.

**Mit MAKRA ist Ihr Autohaus geschützt. Von der Werkstatt bis zum Abscheider.**

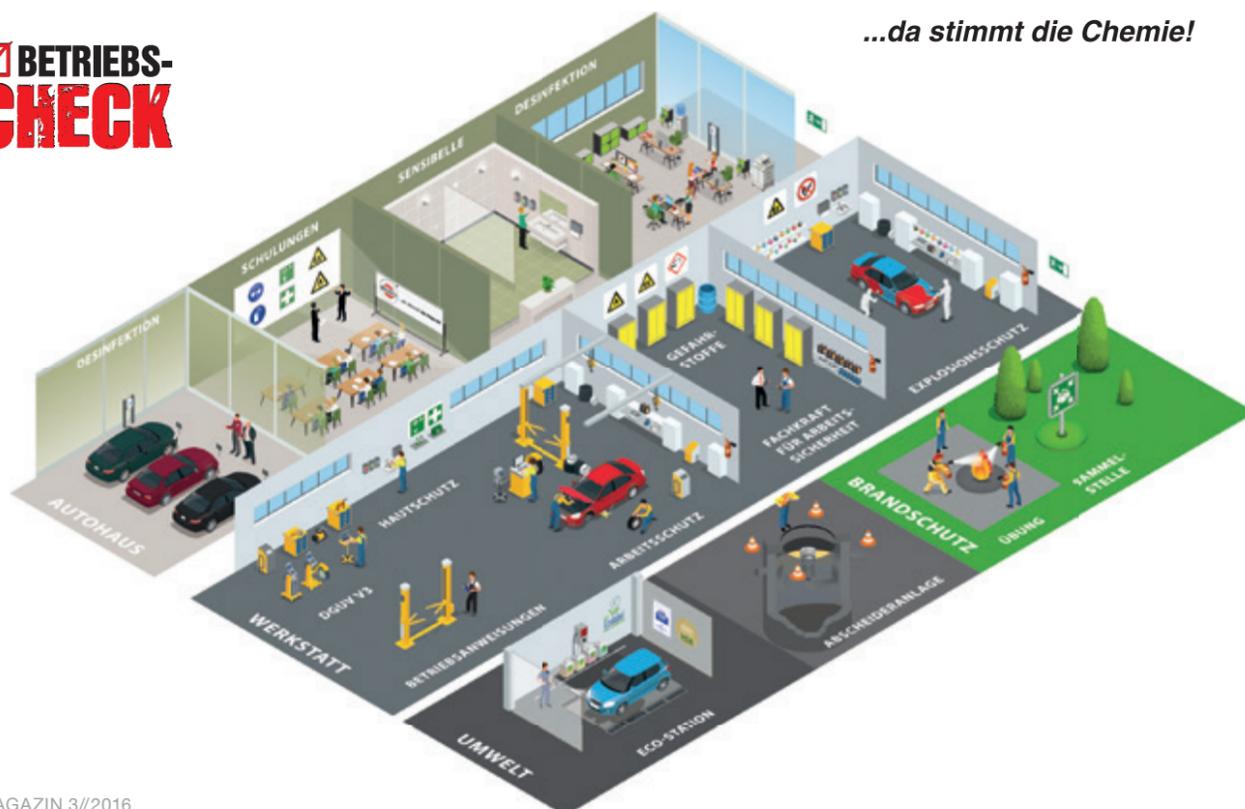
Weitere Informationen erhalten Sie hier:  
Key-Account-Management  
Ralf Müller | 07161 999 09-58  
kam@makra.de

» [makra.de](http://makra.de)



...da stimmt die Chemie!

**BETRIEBS-CHECK**



Note 1

für Servicequalität und Kundenzufriedenheit  
Ergebnis 2015 der jährlichen Überwachung durch den TÜV Süd



# SICHERHEIT UND SCHUTZ FÜR ARBEIT, MENSCH UND UMWELT

## ARBEITSSCHUTZ

- ✓ Identifizierung von Gefahrenquellen
- ✓ Entwicklung von Sicherheitsstrategien

## HAUTSCHUTZ

- ✓ Hygiene- und Gesundheitsförderung
- ✓ Reduzierung von Krankheitsausfällen

## UMWELTSCHUTZ

- ✓ Ökologische, leistungsstarke Produkte
- ✓ Umweltbewusste Abscheidetechnik



MIT MAKRA BLEIBEN SIE SICHER.



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

AUSGEZEICHNETE UMSATZPERSPEKTIVEN

# TECAR ÜBERZEUGT MIT TOP-NOTEN IM ADAC WINTERREIFENTEST

Beim großen Winterreifentest 2016 wurde erneut auch ein Reifen der TECHNO Eigenmarke von den Experten der europäischen Automobil-Clubs ADAC, TCS und ÖAMTC unter die Lupe genommen. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Der TECAR SUPERGRIP 9 sicherte sich einen Platz unter den Top 5 – und begeisterte dabei vor allem mit Bestnoten in Sachen Preis-Leistungs-Verhältnis und Verbrauch.

Alljährlich warten sowohl Hersteller als auch der Handel mit Hochspannung auf die Ergebnisse des Winterreifentests der großen Automobil-Clubs ADAC, TCS und ÖAMTC. Kein Wunder, schließlich beeinflussen sie maßgeblich die Nachfrage.

Insbesondere in Zeiten des zunehmenden Online-handels gewinnen Testergebnisse der immer noch als »Instanzen« wahrgenommenen Automobil-Clubs für die Käuferschaft immer mehr an Bedeutung.

**TOP IN PREIS UND LEISTUNG: DER TECAR SUPERGRIP 9**

Umso mehr freut es uns, dass sich mit dem TECAR SUPERGRIP 9 ein Reifen der TECHNO Eigenmarke einen Platz unter den Top 5 in der Dimension 185/65 R15 T sichern konnte. Mit der Gesamtnote 2,8 ließ der TECAR Winterreifen von insgesamt 15 getesteten Pneus immerhin zehn hinter sich – darunter auch den ein oder anderen namhaften Platzhirsch der Branche. In Sachen Verbrauch schaffte es der mit Abstand günstigste Reifen im Test sogar auf Rang 2 der Gesamtwertung. Der ÖAMTC vergab dafür schlicht ein glattes »sehr gut«. Und auch in puncto Performance muss sich der TECAR SUPERGRIP 9 vor der Konkurrenz nicht verstecken. Hier bescheinigten die Experten des ADAC dem TECAR Reifen sowohl auf Schnee als auch auf trockener Fahrbahn ein beachtliches »gut«. Fast noch aussagekräftiger liest sich das Gesamtergebnis beim schweizerischen TCS. Hier lautet

das Urteil für den TECAR SUPERGRIP 9 kurz und knapp: »empfehlenswert«!

**TECAR BESTÄTIGT SEINEN ANSPRUCH**

Wenig überrascht von diesem Ergebnis zeigt sich Sabine Weisel, die als Produktmanagerin bei TECHNO u. a. den Bereich Räder und den Vertrieb der Marke TECAR verantwortet: »Unser Anspruch ist es, unseren Gesellschaftern mit der Marke TECAR qualitativ hochwertige Produkte zu marktgerechten Konditionen zu liefern. Die regelmäßig durchweg guten bis sehr guten Testergebnisse bestätigen uns in diesem Ansinnen. Ich bin mir sicher, dass auch die aktuelle Top-Platzierung wieder einmal für zusätzliche Abverkaufsimpulse in der Reifenwechselsaison sorgen wird.«

» viel-spricht-dafuer.de

## VIEL SPRICHT DAFÜR. UND NICHTS DAGEGEN!

- » Neueste Reifentechnologie
- » Renommierter Hersteller
- » Sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- » Kostenlose TECAR Reifengarantie
- » Hohe Verfügbarkeit und Abdeckung (viele Dimensionen)

Weitere gute Argumente und viele beste Gründe, die für TECAR Reifen sprechen: **jetzt hier in der Sonderbeilage des TECHNO MAGAZINS.**



**TECHNO<sup>T</sup> - LIEFERANT**

seit über 30 Jahren!



IHR ZUVERLÄSSIGER PARTNER FÜR AUTOAUSSTATTUNG UND AUTOZUBEHÖR

Seit mehr als 35 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](http://www.petex.net)

# WELCHE ENERGIE NUTZEN WIR IN 30 JAHREN?



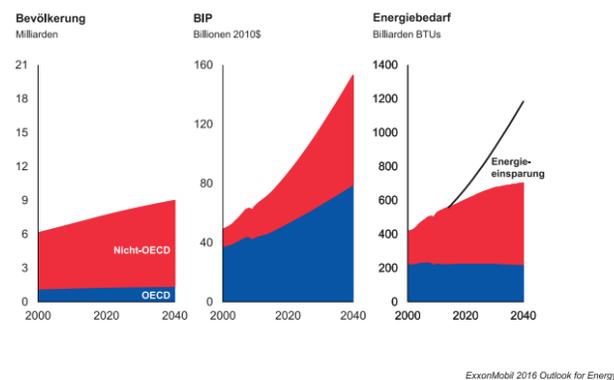
**Fossile Brennstoffe wie Öl und Gas werden verschwinden und klimaschonenden erneuerbaren Energien Platz machen – diese von manchen gehegte Hoffnung wird in absehbarer Zukunft eine kühne Vision bleiben. Sowohl Erdöl als auch Erdgas werden selbst im Jahr 2040 noch für Mobilität sorgen, wobei Öl sogar der Energieträger Nummer eins bleibt. Allerdings gibt es Verschiebungen im Energiemix.**

Das ist ein Ergebnis der von **ExxonMobil** jährlich erstellten globalen Prognose **»Outlook for Energy«**: Wo benötigen wie viele Menschen Energie? Welche Energieträger werden gebraucht? Womit heizen wir? Welche Autos fahren wir? Wie werden sie angetrieben?

## » ENERGIE IST DIE BASIS DES LEBENSSTANDARDS

Wie wichtig Energie für Fortschritt und Entwicklung ist, zeigen diese Zahlen: Von 2014 bis 2040 wächst die Erdbevölkerung von gut sieben Milliarden auf knapp neun Milliarden Menschen. Gleichzeitig macht das globale Bruttoinlandsprodukt einen deutlichen Sprung: von etwa 70 Billionen auf über 150 Billionen Dollar. Dementsprechend würde sich der weltweite Energiebedarf verdoppeln. Mehr Menschen mit höherem Wohlstand benötigen eine größere Energiemenge, zumal beispielsweise auch verstärkt Konsumgüter produziert und transportiert werden müssen. Doch angesichts der technischen Entwicklungen für eine wachsende Energieeffizienz ist zwischen 2014 und 2040 lediglich mit einem Anstieg des Energiebedarfs um etwa 20 Prozent zu rechnen.

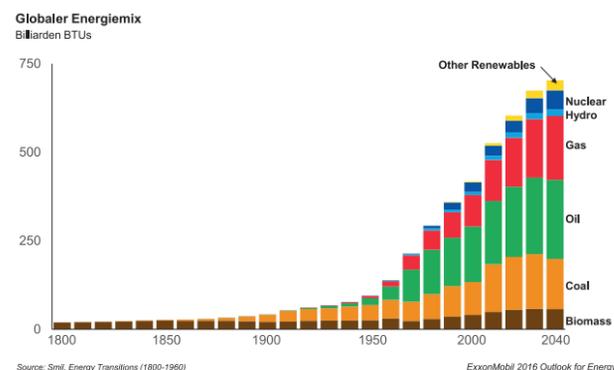
## WACHSTUM ERHÖHT DEN ENERGIEBEDARF



Dennoch ist das eine drastische Zunahme, die der heutigen Energienachfrage von Nord- und Südamerika entspricht. Im zukünftigen globalen Energiemix werden die erneuer-

baren Energien an Bedeutung gewinnen – allerdings auf niedrigem Niveau. Weltweit betrachtet bleiben Öl, Gas und Kohle die wichtigsten Energieträger. Aber auch der Bedarf an der »traditionellen« Biomasse – beispielsweise Dung und Stroh – wird weiterhin ansteigen.

## DIE ENERGIENUTZUNG WANDELT SICH



Während sich die Anteile der jeweiligen Energieträger bei der weltweiten Nutzung teils deutlich verschieben, ist der Primärenergiebedarf im Verkehrssektor von Konstanz geprägt: Öl war 2014 nahezu allein für die Mobilität zuständig und der Bedarf wird bis 2040 sogar noch wachsen. Erdgas und Erneuerbare gewinnen zwar bis dahin auch für den Verkehr an Bedeutung – aber ihr Beitrag insgesamt bleibt gering.

## » KEINE MOBILITÄT OHNE BENZIN UND DIESEL – AUCH IN ZUKUNFT

Bei den gewerblichen Verkehrsegmenten – Nutzfahrzeuge, Luftfahrt, Schifffahrt und Bahn – ist bis 2040 ein steigender Kraftstoffbedarf zu erkennen. »Dagegen wächst die Kraftstoffnachfrage für Pkw kaum noch, obwohl sich deren Bestand bis zum Jahr 2040 auf 1,7 Milliarden Fahrzeuge mehr als verdoppelt: Alternative Antriebe wie Hybridfahrzeuge, aber auch weit effizientere Verbrennungsmotoren machen das möglich«, erklärt **Ihno Ihnen**, Verkaufsleiter für das TECHNO Geschäft bei ExxonMobil.

Dabei steigt die Anzahl der mit Benzin angetriebenen Motoren von knapp 700 Millionen auf über eine Milliarde, während die zugelassenen Dieselfahrzeuge um ein gutes Drittel von etwa 100 auf 137 Millionen zunehmen. Großer Gewinner sind die Hybrid-Fahrzeuge, in denen bekanntlich auch ein Verbrennungsmotor verbaut ist. Ihr Bestand erhöht sich zwischen 2010 und 2040 von vier Millionen auf 460 Millionen. Übrige Antriebe – wie auch die reine Elektromobilität – spielen selbst 2040 eine untergeordnete Rolle.

## » SITUATION IN DEUTSCHLAND

Das deckt sich mit der Lage in Deutschland. Am 4. August 2016 publizierte das Handelsblatt eine Grafik, die zeigte, dass der 1,2-Milliarden-Euro Fördertopf der Bundesregierung für die 4.000-Euro-Prämie beim Kauf eines Autos mit Elektro- oder Hybrid-Antrieb noch 18 Jahre reichen würde, wenn weiterhin so wenig Anträge gestellt werden wie derzeit. Laut Handelsblatt liegt der Marktanteil von E-Autos in Deutschland derzeit bei 0,4 Prozent. »Laut der Energieprognose von ExxonMobil lässt das Jahr 2020 lediglich 100.000 reine Elektroautos erwarten, was einem Zehntel des von der Bundesregierung angepeilten Ziels entspricht«, führt Ihno Ihnen weiter aus.

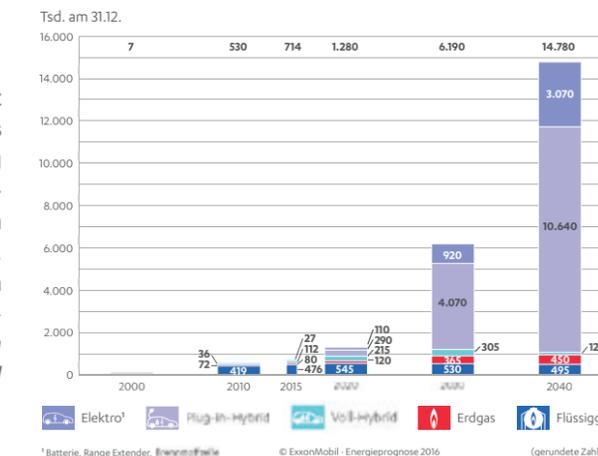
Dennoch wird der Verkehrssektor klimafreundlicher. In Deutschland werden derzeit von den 45 Millionen Pkw zwar nur etwa 1,3 Millionen nicht von einem Otto- oder Dieselmotor angetrieben, doch dieses Bild ändert sich bis 2040 drastisch. Dann werden aufgrund des demografischen Wandels wieder 45 Millionen Personenkraftwagen in Deutschland zugelassen sein, von denen 14 Millionen mit einem Dieselmotor bestückt sind, und bereits 15 Millionen Autos werden weder einen Benzin- noch einen Dieselantrieb haben.

## PKW-BESTAND GESAMT 2040



Von denen wird aber nur ein Fünftel auf reine Elektrofahrzeuge entfallen. Den Durchbruch werden die Plug-in-Hybride schaffen, die nicht einmal halb so viel CO<sub>2</sub> emittieren wie ein Voll-Hybrid. Außerdem werden Erdgasfahrzeuge mit denjenigen gleichziehen, die über Flüssiggasantrieb verfügen.

## PKW-BESTAND SONSTIGE BIS 2040



»Auch 2040 werden noch zwei Drittel aller Pkw in Deutschland mit einem Verbrennungsmotor fahren«, fasst **Ihno Ihnen** zusammen. »Um die dann gesenkten Abgasvorgaben einzuhalten, ist ein ganzes Bündel von Maßnahmen erforderlich. Dazu zählen beispielsweise die weitere Elektrifizierung konventioneller Antriebssysteme wie Start-Stopp-Automatik und Bremskraftrückgewinnung, eine Verringerung des Fahrzeuggewichts, verbesserte Aerodynamik und Reifentechnik sowie neue Kraft- und Schmierstofftechnologien.«

In diesem Zusammenspiel wird es gelingen, den Durchschnittsverbrauch auf 4 Liter pro 100 Kilometer beinahe zu halbieren. Mit einer Tankfüllung wird man im Jahr 2040 also fast doppelt so weit fahren können wie heute.

Hier zeigt sich deutlich, dass die verschärften Abgasnormen weniger durch neue Antriebstechniken oder gar eine Abkehr von Benzin- und Dieselmotoren erreicht werden, sondern viel mehr durch Effizienzsteigerungen in allen Bereichen rund um das Auto.

**TECHNO** Partner, die sich detaillierter über die Energieprognose für Deutschland informieren möchten, finden sie unter:

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



Performance by ExxonMobil

## BETRIEBLICHE KRANKENVERSICHERUNG

ATTRAKTIVITÄTS-PLUS  
FÜR ARBEITGEBER

In Zeiten des zunehmenden Fachkräftemangels und knapper Budgets suchen immer mehr Arbeitgeber nach effizienten Wegen, die Attraktivität ihres Unternehmens zu erhöhen, um potentielle Leistungsträger für sich zu gewinnen und hoffnungsvolle Talente langfristig an sich zu binden. Was nur die wenigsten wissen: Gerade im Gesundheitsbereich schlummern diesbezüglich ungeahnte Potentiale.

Besonders hoch im Kurs bei Führungskräften steht aktuell das Trendthema »Corporate Health«. Ein Begriff, der vor allem für vom Arbeitgeber geförderte Gesundheitsaktivitäten innerhalb des Unternehmens steht. Ein wertvolles und flankierendes Element bildet in diesem Kontext vor allem die betriebliche Krankenversicherung (bKV). Denn gerade gesetzlich versicherte Beschäftigte profitieren so aktiv von privaten Zusatzleistungen, die ihnen in dieser Form nur der Arbeitgeber ermöglicht. Da alle Beschäftigten – unabhängig von ihrer gesundheitlichen Situation – teilnehmen können, verbessert ein solches Angebot auch die Loyalität der Mitarbeiter zu ihrem Unternehmen. Zudem ist die Variante der komplett arbeitnehmerfinanzierten bKV mit keinerlei Zuschüssen oder finanziellen Verpflichtungen des Arbeitgebers verbunden.

#### Immer mehr Unternehmen vertrauen auf den TECHNO Versicherungsdienst

Das sich der TECHNO Versicherungsdienst (TVD) diesbezüglich inzwischen einen Namen gemacht hat, zeigt sich auch daran, dass neben dem ein oder anderen TECHNO Autohaus inzwischen auch immer mehr Firmen anderer Branchen auf die Services der TVD setzen, wenn es um die betriebliche Krankenversicherung ihrer Mitarbeiter geht.

»Wir unterstützen Sie dabei, ein individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittenes Angebot rund um das zentrale Element der betrieblichen Krankenzusatzversicherung zu finden.«

#### Perfektes und verzahntes Gesamtangebot

Als entscheidendes Plus erweist sich dabei vor allem das fachliche Know-how des TVD. Es zählt sich zunehmend aus, dass der bKV-Spezialist **Oliver Klug** als ehemaliger Mitarbeiter einer gesetzlichen Krankenversicherung über jahrelange Erfahrung im Bereich der betrieblichen Gesundheitsförderung verfügt: »Oftmals werden Arbeitgeber von Angeboten der Gesundheitsdienstleister regelrecht erschlagen. Leider wird in diesem Segment auch viel Unsinn offeriert. Was macht Sinn – was nicht? Genau hier können wir schon unterstützen, um gemeinsam einen zum Unternehmen passenden Weg rund um das zentrale Element der betrieblichen Krankenzusatzversicherung zu finden.«

#### Immer für Sie da

Sie interessieren sich für die bKV-Angebote des TECHNO Versicherungsdienstes? Dann sprechen Sie am besten direkt mit unserem Spezialisten Oliver Klug.



**OLIVER KLUG**  
Spezialist für betriebliche Krankenversicherung

T: +49 (0)911 54 85 97 56  
F: +49 (0)911 54 85 975-9  
M: +49 (0)151 538 42 501  
E: oliver.klug@techno-vd.de

**TVD** TECHNO  
VERSICHERUNGS-DIENST



# IMMER FÜR SIE DA:

IHR TECHNO AUSSENDIENST-TEAM  
UM EDGAR SCHULZE



**PLZ-GEBIET 2**  
**RALF DURING**  
E: during@technoeinkauf.de  
M: 0171.89 28 240  
» Ausgebildet im Autohaus, 5 Jahre unterwegs als Fahrlehrer, 15 Jahre im Direktvertrieb. Der 53-Jährige weiß, wovon er redet, wenn es um Autos und Zubehör geht.

**PLZ-GEBIET 0/1**  
**GUIDO PFEFFERKORN**  
E: pfefferkorn@technoeinkauf.de  
M: 0171.40 00 676  
» Werkzeuge und Autoteile sind und waren schon immer das Geschäft des leidenschaftlichen Hobby-Anglers.

**PLZ-GEBIET 3**  
**UWE HENZE**  
E: henze@technoeinkauf.de  
M: 0171.51 67 750  
» Mit dem gelernten Kfz-Mechaniker, Automobilkaufmann & Vertriebsexperten kann man über alles reden. Neben Autos und Fußball sogar über Möbelbau aus antiken Baustoffen.

**PLZ-GEBIET 4/5**  
**JENS PEKOCH**  
E: pekoch@technoeinkauf.de  
M: 0171.51 67 749  
» In Dortmund geboren, in Menden beheimatet – und meist irgendwo dazwischen für seine Kunden unterwegs. Der gelernte Kfz-Mechaniker hat Benzin im Blut.

**PLZ-GEBIET 5/6**  
**CHRISTINE FELGENHAUER**  
E: felgenhauer@technoeinkauf.de  
M: 0151.14 14 87 83  
» Die 53-Jährige ist nicht nur beruflich seit Jahren eine echte Reifen-Expertin – sie fährt auch gern mal einen heißen Reifen mit ihrem Motorrad.

**PLZ-GEBIET 7**  
**WOLFGANG WEBER**  
E: weber@technoeinkauf.de  
M: 0171.51 31 445  
» Der gebürtige Sachse ist von der Pike auf beruflich mit der Automobilbranche verwurzelt. Joggt und reist gern – vor allem zu seinen Kunden.

**PLZ-GEBIET 8**  
**ANDREAS GRIMMINGER**  
E: grimminger@technoeinkauf.de  
M: 0151.14 11 94 34  
» Der Regensburger Vertriebsprofi jagt in der Freizeit entweder dem runden Leder oder großen Fischen hinterher.

## WUSSTEN SIE EIGENTLICH ...

dass **Hunde-Sicherheitsgurte** nicht nur für den gefahrlosen Transport des liebsten Haustieres der Deutschen sorgen, sondern auch vor Punkten in Flensburg schützen können?

Laut Bußgeldkatalog zu § 22 StVO werden beim Nichtsichern eines Hundes **mindestens 35 €** fällig. Wird dadurch eine andere Person gefährdet, werden **60 €** fällig. Wenn es zu einem Unfall kommt, sogar **75 €**. Hinzu kommt in beiden Fällen jeweils noch **1 Punkt** in der Flensburger »Verkehrssünder-Kartei«.



Der **Hunde-Sicherheitsgurt »ALLSAFE«** des TECHNO Lieferanten Kleinmetall schafft Abhilfe.

Für weitere Informationen wenden Sie sich gerne an **Meik Kudenholdt: kudenholdt@technoeinkauf.de**

# SCHLUSS MIT LIEFERENGPÄSSEN

MIT REIFEN GUNDLACH LÄUFT'S AUCH ZU SPITZENZEITEN RUND

Immer mehr TECHNO Gesellschafter ordern ihre Reifen regelmäßig bei Reifen Gundlach. Einer der Hauptgründe: Der Reifenprofi mit Hauptsitz im rheinland-pfälzischen Raubach liefert nicht nur prompt bis zu zweimal täglich nahezu jeden gewünschten Reifen – er bringt auch in Sachen Service und Beratung mehr mit, als so mancher Konkurrent.

Wer bei der Reifenbestellung von seinem Lieferanten mehr erwartet als eine große Auswahl und qualitativ hochwertige Reifen, ist mit Reifen Gundlach im wahrsten Sinne des Wortes gut beraten. Denn der Reifenlieferant hat sein Vertriebsteam zu echten Markenexperten ausgebildet. Egal ob Sie online oder per Telefon bestellen: Alle Fragen zu Reifen, Felgen, Komplettträgern oder RDKS werden schnell, zuverlässig und persönlich mit dem jeweils für Sie zuständigen Ansprechpartner geklärt.



## DARUM KOMMT BEI REIFEN GUNDLACH ALLES WIE BESTELLT!

Mit mehr als 300 Mitarbeitern, rund 1.000.000 lagernden Reifen sowie einer automatischen Kapazität von 6.000 Komplettträgern pro Tag ist Reifen Gundlach bestens ausgestattet.

So werden nahezu alle Qualitätssegmente und Marken im Bestand geführt – und können, je nach Bedarf, von Stückware bis hin zu Containerladungen jederzeit bestellt werden. Die eigene Flotte fährt die Partnerbetriebe bis zu zweimal täglich an – Kooperationen mit der DPD und anderen Speditionen gewährleisten eine deutschlandweite Lieferung innerhalb von 24–48 Stunden. Insbesondere, wenn es darauf ankommt: in der Saison.

## HERSTELLERSTATUS BEI ALUFELGEN

Mit den Eigenmarken OXXO, Advanti Racing und Enkei bietet Reifen Gundlach seinen Kunden einen echten Mehrwert in puncto Abgrenzungsmöglichkeit zum Wettbewerb. Die Designs der drei Marken decken eine große Bandbreite an Fahrzeugmodellen ab – und sind zum Großteil mit einer wintertauglichen Lackierung und Schneekettenfreigabe erhältlich. Alles andere als selbstverständlich: Auf seine volllackierten Felgen bietet Reifen Gundlach als Hersteller eine vierjährige Garantie.

## REIFEN GUNDLACH – EIN STARKER PARTNER IN SACHEN REIFEN

- » Lieferung mit eigener Lieferflotte
- » 1.000.000 Reifen und Felgen auf Lager
- » Lieferung bis zu zweimal täglich
- » 2 automatische Komplettträdstraßen
- » Persönlicher Ansprechpartner



Dank seines großen Lagervolumens ist man bei Reifen Gundlach auch in den Saisonspitzen gut aufgestellt – und kann als zusätzlichen Mehrwert per haus-eigener Lieferflotte seine Kunden bis zu zweimal täglich anfahren.

## REIFEN GUNDLACH GMBH

- » Talstraße 1–3 | 56316 Raubach
- » T: 02684.9450 100
- » E: techno@reifengundlach.de
- » [reifengundlach.de](http://reifengundlach.de)



**OXXO**  
ALLOY WHEELS

TPMS  
ready

Weil's einfach passt.



Mercedes  
Proteus  
15–19 Zoll



Audi/Seat/Skoda/Volkswagen  
Kallisto  
15–19 Zoll

BMW/Mini  
Bestla Black & Bestla  
16–19 Zoll

Universal  
Pictus  
16–17 Zoll

Universal  
Oberon 5 Black & Oberon 5  
16–17 Zoll

[www.oxxo-wheels.de](http://www.oxxo-wheels.de)

★ ★ ★ NEUHEITEN AUSGEWÄHLTER TECHNO LIEFERANTEN-PARTNER ★ ★ ★

Das Motto »Tomorrow's Service & Mobility« war auf der diesjährigen automechanika in Frankfurt auch für die TECHNO Lieferanten Programm. Zwei unserer Produktmanager stellen Ihnen an dieser Stelle ihre persönlichen Produkt-Highlights vor:

## PREMIUM-ELEKTRO-SÄTZE FÜR ANHÄNGERKUPPLUNGEN

### » KÜRZERE EINBAUZEITEN

Schneller und komfortabler Einbau durch individuelle Beschreibung und Verwendung von OE-Schnittstellen im Fahrzeug.

### » MAXIMALE MONTAGEFREUNDLICHKEIT

Dank Easy-Pin-Steckdose wird die Montage deutlich erleichtert – und das bei überragender Haltbarkeit und Stabilität.

### » SELBSTERKLÄRENDE KODIERUNGSANWEISUNGEN

Freischalt-Codes und detaillierte Codierungsanweisungen in den Einbauanleitungen sorgen für ein Höchstmaß an Komfort.

### » LED-KOMPATIBEL

Die JAEGER CFC-Technologie unterstützt sowohl Glühfadenleuchten als auch moderne LED-Technik.



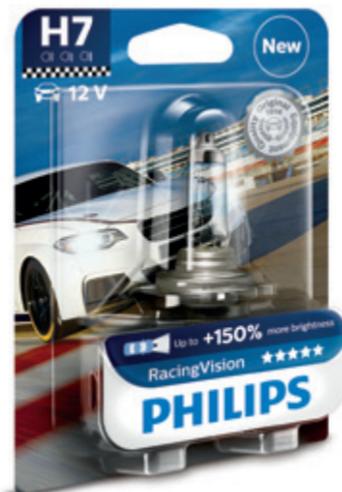
**JAEGER**

»JAEGER hat die richtige Verbindung – auch für die modernsten Fahrzeugtypen. Jetzt auch mit Selbstdiagnose und Ersatzlichtfunktion – für die Sicherheit im Straßenverkehr!«

**Frank Binder**  
Produktmanagement Car Communication/Elektrik



## PAST GMBH | RACINGVISION FAHRZEUGLAMPEN



**PHILIPS**

### » WEITER SEHEN, SCHNELLER REAGIEREN

Philips RacingVision Scheinwerferlampen steigern die Sicht dank bis zu 150% mehr Helligkeit und machen so Hindernisse und Gefahren früher sichtbar.

### » INNOVATIVE TECHNOLOGIE

Philips RacingVision Scheinwerferlampen setzen dank optimierter, präziser Glühwendelgeometrie, einer Gasfüllung mit bis zu 13 Bar, präziser Chrombeschichtung sowie hochwertigem UV-Quarzglas neue Maßstäbe in der Fahrzeugbeleuchtung.

### » RALLYE-LEISTUNG FÜR DIE STRASSE

Die homologierten Philips RacingVision Scheinwerferlampen sorgen dank besserer Sicht für mehr Spaß auf und jenseits der Straße.

### » HERRVORRAGENDE KONTRASTE

Die speziellen Farbtemperaturen von RacingVision (verfügbar in H4 und H7) erlauben eine bessere Fokussierung und kontrastreiche Sicht.

»Mehr Licht und damit auch mehr Sicherheit – davon konnten wir uns »live« auf der automechanika überzeugen! Selbst gegenüber der XtremeVision war noch ein deutlicher Zugewinn an Leuchtkraft zu spüren! Chapeau – wirklich ein tolles Produkt!«

## THULE MOTION XT DACHBOXEN

### » SCHNELLE & EINFACHE MONTAGE

Die Box lässt sich mit dem PowerClick Schnellbefestigungssystem sicher und im Handumdrehen am Dachträger befestigen.

### » HÖCHSTER KOMFORT

Die DualSide-Öffnung bietet von beiden Seiten des Fahrzeugs leichten Zugang zu allen Bereichen der Box.

### » MAXIMALE SICHERHEIT

Das intelligente SlideLock-System verriegelt den Deckel automatisch, sobald die Box geschlossen ist.

### » UNEINGESCHRÄNKTER KOFFERRAUM-ZUGANG

Durch die nach vorn ausgerichtete Position auf dem Fahrzeugdach wird die Gefahr des Kontakts mit der Cargo Box minimiert.

### » PLATZEFFIZIENTES, SCHLANKES DESIGN

Die aerodynamische Form vereint ein Maximum an Stauraum mit einem Höchstmaß an Effizienz in puncto Kraftstoffverbrauch.



**THULE**  
SWEDEN

»Mit den neuen Motion XT Dachboxen hat Thule nicht nur in Sachen Design neue Maßstäbe gesetzt, sondern mit dem neuen SlideLock-System auch bei der Benutzerfreundlichkeit wieder die Nase vorn.«



**Meik Kudenholdt**  
Produktmanagement Allgemeines Zubehör

## Qualität und Service aus einer Hand!

**R1234yf/Solstice<sup>®</sup>yf**

Sofort verfügbar!



FRIEDRICHS Kältemittel



- ❄ energie-/kosteneffizient
- ❄ umweltfreundlich
- ❄ leistungsstark
- ❄ schon jetzt in vielen europäischen Neuzulassungen in Verwendung

- ❄ Kältemittel
- ❄ Technische Gase
- ❄ Schmierstoffe
- ❄ Entsorgung und Recycling



# NAVIGIEREN, KOMMUNIZIEREN, ANALYSIEREN

**TOMTOM SCHLÄGT MIT DER NEUEN GO-SERIE  
UND DEM TOMTOM CURFER NEUE WEGE EIN**

Mit dem TomTom GO 6200, GO 5200, GO 620 und GO 520 hat der niederländische Navigations-Spezialist seine Top-Navi-Serie um vier Modelle erweitert, die über Wi-Fi®-Updates, mehr Speicher und erweiterte Bluetooth®-Funktionen verfügen. Die gratis dazu erhältliche App TomTom CURFER analysiert sogar den Fahrstil.

Die neuen GO-Modelle von TomTom unterscheiden sich vor allem in der Größe ihrer Displays. So besitzen das TomTom GO 5200 sowie das GO 520 einen 5 Zoll und das TomTom GO 6200 und GO 620 einen 6 Zoll großen Bildschirm. Bei allen Geräten hat TomTom den internen Speicherplatz auf 16 GB aufgestockt. Dadurch lassen sich nun mehr Karten gleichzeitig auf den Geräten verwenden als zuvor.

## DONGLE TOMTOM LINK 100

- » DASHBOARD ZUR FAHRTENBEWERTUNG
- » ERWEITERTE FAHRZEUGDATEN
- » FAHRTENANALYSE
- » FAHRZEUGSUCHE



## KARTEN-UPDATES DIREKT AUF DEM GERÄT – UND SOFORT AUF DEM SCHIRM

Insgesamt stehen Karten von 152 Ländern zum kostenlosen Download bereit. Dabei können sowohl die Karten als auch die Software direkt auf dem Gerät über Wi-Fi® aktualisiert werden. Es ist kein Computer mehr erforderlich!



Zu den neuen Funktionen des TomTom GO 5200 und GO 6200 gehört eine Bluetooth®-Freisprecheinrichtung, mit der sich Telefonate während der Fahrt führen lassen, ohne das Smartphone in der Hand halten zu müssen. Die erweiterte Bluetooth®-Funktionalität ermöglicht darüber hinaus die Steuerung der Smartphone-Sprachassistenten Siri und Google Now™ sowie die Anzeige von Benachrichtigungen auf dem Bildschirm des Navis.



Um Verkehrsinformationen in Echtzeit abrufen zu können, verfügen das TomTom GO 6200 sowie das GO 5200 über eine integrierte SIM-Karte, die auch im Ausland funktioniert.

## FAHRSTIL-AUSWERTUNG IN ECHTZEIT: TOMTOM CURFER MACHTS MÖGLICH

Während der Diagnosezeit bisher vornehmlich Werkstätten zum Auslesen von Fahrzeugdaten vorbehalten war, stehen diese jetzt über den Dongle TomTom Link 100 und die zugehörige App »CURFER« erstmals auch dem Fahrer zur Verfügung – und zwar via Bluetooth® direkt auf dem Smartphone. Nach jeder Fahrt lassen sich so Informationen zu Beschleunigungs- und Bremsvorgängen, zur Drehzahl des Motors und zu Kurvenfahrten direkt über CURFER abrufen. Sogar diagnostische Daten des Motors können erfasst und angezeigt werden. Diese werden gesammelt und übersichtlich in der App für iOS und Android angezeigt. Für vergessliche Zeitgenossen hält die App übrigens noch eine ganz besondere Funktion bereit: Sie merkt sich den Standort des geparkten Autos.

» [tomtom.com](http://tomtom.com)

**TOMTOM**



## NUR FÜR BEGRENZTE ZEIT GRATIS TOMTOM CURFER ZUM NEUEN TOMTOM GO

Beim Kauf eines TomTom GO 520, 620, 5200 oder 6200 erhält Ihr Kunde im Zeitraum 14. November 2016 bis 16. Januar 2017 ein TomTom CURFER KOSTENLOS mit dazu.



**Mit dem Auto verbinden.  
Fahrstil verbessern.**

**TOMTOM**

# DER LETZTE MACHT DAS LICHT AUS?!

## FACHKRÄFTEMANGEL – MYTHOS ODER WAHRHEIT?

**1984 tauchte das Wort das erste Mal als Schlagzeile in einer großen deutschen Zeitung auf. Seitdem hängt der Terminus des »Fachkräftemangels« wie ein Damoklesschwert über der deutschen Wirtschaft – auch dem Automobilhandel. Doch was hat es mit dem medial wohl genährten Star des deutschen Arbeitsmarktes wirklich auf sich? Und: Wie kann man ihm im Zweifelsfall begegnen? Der Versuch einer Spurensuche.**

Es vergeht kaum eine Woche, in der man nicht über das Thema »Fachkräftemangel« stolpert. Dabei ist das Thema alles andere als neu. Neu ist lediglich die Dimension. War es in den 80er Jahren noch vornehmlich die IT-Branche, die mit dem Schreckgespenst konfrontiert wurde, spukt es heute durch nahezu alle Branchen und Unternehmensbereiche der Republik.

Interessanterweise unterscheiden sich die Argumente und skizzierten Szenarien aus den 80er Jahren dabei nur unwesentlich von denen der Neuzeit.

Dies ist umso überraschender, als sich die wirtschaftlichen Rahmenparameter seitdem deutlich gewandelt haben. Während damals im Zuge der zunehmenden Automatisierung in der Industrie die Angst vor »Massenarbeitslosigkeit« vorherrschte, überschlagen sich heute die Erfolgsnachrichten vom deutschen Arbeitsmarkt im Minutentakt. So hat das Statistische Bundesamt gerade verkündet, dass die Zahl der Erwerbstätigen im zweiten Quartal auf 43,5 Millionen gestiegen ist. Rekordniveau. Und das bei einem Automatisierungs- und Digitalisierungsprozess, der den der 80er Jahre fast schon prähistorisch anmuten lässt.

**Das Erstaunliche daran: Die auf den Namen »Industrie 4.0« getaufte nächste Stufe der Industrialisierung bringt keine neuen Arbeitslosen hervor, sondern schließt nach und nach die Lücke, die durch den demografischen Wandel verursacht wird.**

ALLES IM LEBEN HAT SEINE ZWEI SEITEN. AUCH DIE SICHT AUF DEN FACHKRÄFTEMANGEL IN DER BUNDESREPUBLIK

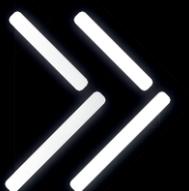
Nicht wenige sehen in der dauerhaften medialen Etablierung des Fachkräftemangels darum vor allem eines: Kalkül. So mutmaßen die Wirtschaftsexperten und Analytiker Gerd Bosbach und Jens Jürgen in ihrem Buch »Lügen mit Zahlen« zum Beispiel, dass Unternehmensverbände und Regierungen mit ihren teils furchteinflößenden Prognosen bewusst irritieren möchten: »Es geht darum, ausländische Fachkräfte zu niedrigeren Gehältern einzustellen und dies unter dem Deckmantel des Fachkräftemangels zu rechtfertigen.« Dagegen stehen Aussagen wie die des Vorsitzenden der Bundesagentur für Arbeit Frank-Jürgen Weise, dass bis zum Jahr 2025 der deutschen Wirtschaft bis zu 7 Millionen Fachkräfte fehlen werden.

DASS ES AUFGRUND DES DEMOGRAFISCHEN WANDELS WENIGER FACHKRÄFTE ALS VOR 30 JAHREN GIBT, IST NICHT VON DER HAND ZU WEISEN

**Fakt ist:** Deutschland wird immer weniger – und immer älter. Man muss kein Visionär sein, um die Brisanz dieser Entwicklung zu erkennen. Mit knapp 1,4 Geburten pro Frau ist Deutschland eines der unfruchtbarsten Länder Westeuropas und hat mit einem medianen Alter von 45 Jahren mittlerweile die älteste Bevölkerung innerhalb der EU. Das stellt Gesellschaft und Wirtschaft vor große Aufgaben. Denn weniger Nachwuchs und steigende Lebenserwartung bedeuten mehr Rentner und weniger Erwerbstätige.

Aber welche Herausforderungen ergeben sich daraus für Autohäuser konkret? Auf den folgenden Seiten richten wir das Augenmerk auf spannende Analysen und interessante Einschätzungen unserer Gesellschafter, betrachten vorbildliche Lösungsansätze unserer Lieferanten – und halten es ansonsten mit Blick auf die Zukunft mit den Worten des Autors Martin Gaedt:

**»Einen Mangel an Fachkräften verspüren nur die, die alles so machen wie bisher.«**



# » MIT SNAPCHAT WIDER DAS SCHRECKGESPENST?!

WIR HABEN **MARTIN KUHN**, KAUFMÄNNISCHER LEITER DER **AUTOHAUS GRUPPE SPINDLER** UND MITGLIED DES **TECHNO CHANGE CLUBS**, UM EINE KURZE EINSCHÄTZUNG DES THEMAS »FACHKRÄFTEMANGEL« GEBETEN. HERAUSGEKOMMEN IST **EIN LESESWERTER GASTBEITRAG**:

»Die Automobilhandelsbranche muss sich in den kommenden Jahren auf Veränderungen wie Digitalisierung, alternative Antriebe und Fachkräftemangel verstärkt einstellen. Diese Veränderungen sind durchaus nicht losgelöst voneinander zu betrachten, sie fordern vielmehr eine inkludierte Betrachtung über die strategische Ausrichtung der Geschäftspolitik, vor allem unter Berücksichtigung des Kunden und der Märkte.

Darüber hinaus muss sich der Unternehmer sehr intensiv mit Themen wie Recruiting, Mitarbeiterbindung und Mitarbeiterloyalisierung auseinandersetzen. Diese Fragestellung kann allerdings nicht allein in der Sphäre eines Unternehmers zu beantworten sein, sondern muss übergreifend von Unternehmer, Fahrzeughersteller und Politik diskutiert werden. Fragestellungen hierfür können sein:

- » Entsprechen die heutigen Ausbildungsstandards bereits den Anforderungen zukünftiger technischer Entwicklungen in den Fahrzeugen?
- » Mit welchen Mitteln kann ich in einer strukturschwachen und ländlichen Umgebung meine Attraktivität als Arbeitgeber stärken?
- » Mit welchen Alleinstellungsmerkmalen kann ich mich im Handel von der Industrie in Lohn und Gehalt abheben?
- » Woher rekrutiere ich meine Fachkräfte und Auszubildenden?

Aktuell trifft ein potentieller Mitarbeiter oftmals die Entscheidung für oder gegen eine Ausbildung/Anstellung nicht allein über das Gehalt, sondern präferiert danach, was ihm der zukünftige Arbeitgeber darüber hinaus bietet und welche Reputation dieser genießt. So kann beispielsweise eine betriebliche Altersvorsorge, betriebliches Gesundheitsmanagement oder eine zusätzliche Krankenversicherung für den Kandidaten ausschlaggebend sein. Individuellere Zusatzangebote wie Mitarbeiter-Car-Leasing, Handyverträge oder Mitarbeiterstrom sind durchaus probate Mittel, die Mitarbeiter zu binden und zu loyalisieren.

Bis es allerdings im Bewerbungs- und Einstellungsprozess so weit ist, ist es notwendig, dass das Unternehmen für sich und seine Ausbildung in den entsprechenden Medien und auf Ausbildungsmessen wirbt. Kompetente Fachvorträge zu den Ausbildungsinhalten von aktiven Auszubildenden und ihrer Präsentation über Erfahrungen mit dem Arbeitgeber können für den Austausch auf Augenhöhe im Rahmen einer Schulinformationsveranstaltung durchaus Erfolg zeigen. Des Weiteren sind jährliche persönliche Gespräche mit dem einzelnen Mitarbeiter von hohem Stellenwert.

**Es ist durchaus eine Form der Wertschätzung, dem Mitarbeiter Zeit und Aufmerksamkeit zum qualifizierten Austausch zu seiner Person, beruflichen Entwicklung und Zukunftsorientierung zu schenken.**

Die Erfahrung hat gezeigt, dass diese Mitarbeitergespräche in allen Altersgruppen bei der Beurteilung des Arbeitgebers sehr positiv gesehen werden. Die individuelle Wertschätzung des Arbeitseinsatzes hat neben einem adäquaten Gehalt mehr und mehr an Bedeutung gefunden.

Neben den Soft Facts zählen auf der anderen Seite für den Unternehmer die harten Fakten im Rahmen der Unternehmensplanung. Die Personalplanung nimmt hier einen wesentlichen Baustein in der strategischen Ausrichtung ein. Wie viele Mitarbeiter erreichen in den nächsten zwei bis fünf Jahren das Renteneintrittsalter? Können bis dahin, im Vergleich mit jüngeren Mitarbeitern, die Leistungsgrade gehalten werden? Kann ich für die Nachbesetzung bereits vorhandene Mitarbeiter einplanen oder sind ggf. Qualifizierungsmaßnahmen schon im Vorfeld zu vereinbaren? Mit diesen Fragestellungen, ergänzend zu den Basisdaten für eine Unternehmensplanung, sollte sich zum Zeitpunkt der Planung eine Führungskraft bereits auseinandergesetzt haben.

**Die Autohaus Gruppe Spindler Würzburg geht zur Mitarbeitergewinnung und zu ihrer Außendarstellung als zukunftsorientierter Arbeitgeber immer wieder neue Wege.**

So hat in einer Umfrage unter den Auszubildenden, die ihren Ausbildungsstart bei Spindler am 1. September 2016 hatten, ergeben, dass die soziale Plattform »Facebook« zum Austausch mit anderen nicht mehr erste Priorität erhält. Das Medium, das von den Auszubildenden verstärkt genutzt wird, ist »Snapchat«.

Im Rahmen des Personalmarketings erhalten die neuen Auszubildenden im wöchentlichen Wechsel ein Handy mit Datenvolumen und der vorinstallierten App »Snapchat«. Damit snappen die Auszubildenden ihren Ausbildungsalltag bei Spindler. Dies kann in Form von Bildern, Videos oder kurzen Kommentaren sein. Sinn dahinter ist es, potentiellen Auszubildenden oder auch Mitarbeitern die Ausbildungsinhalte, den Ausbildungsalltag und das Leben im Unternehmen plakativ und direkt näherzubringen. Dieses Projekt kann allerdings nicht ohne Rahmen und Richtlinien funktionieren, da hierbei datenschutzrechtliche und persönliche Aspekte unbedingt beachtet werden müssen. Aus diesem Grund hat einer der vorhergehenden Ausbildungsjahrgänge in einem Azubi-Projekt die Social Media Guidelines für die Autohaus Gruppe Spindler konzipiert. Diese SMG geben diesem Projekt – und auch allgemein der medialen Repräsentanz der Unternehmensgruppe – einen ausgewogenen und adäquaten Rahmen unter Würdigung aller datenschutzrechtlichen und sozialen Aspekte.

»Abschließend darf festgehalten werden, dass die Thematik hier nur angerissen werden konnte. Gerade im Kontext »New Mobility« – mit all ihren Herausforderungen und daraus erwachsenden Chancen für Fachkräfte und Unternehmen – ist eine Offenheit für Innovation und Information gefordert, die so bislang nicht dagewesen ist.«



**MARTIN KUHN**  
Kaufmännischer Leiter | Autohaus Gruppe Spindler

**spindler**  
WILLKOMMEN BEIM BESTEN TEAM



**Snapchat ist ein kostenloser Instant-Messaging-Dienst zur Nutzung auf Smartphones und Tablets.**

Der Dienst ermöglicht es, Fotos und Videos – sogenannte Snapss –, die nur eine bestimmte Anzahl von Sekunden sichtbar sind und sich dann selbst »zerstören«, an Freunde zu versenden. Täglich werden ca. 700 Millionen Fotos weltweit über Snapchat hochgeladen. Die Zahl der aktiven Nutzer pro Monat belief sich im Jahr 2016 auf 200 Millionen.

Nach einer Schätzung des Wall Street Journals zählte Snapchat im Frühjahr 2015 zu den wertvollsten digitalen Start-ups mit einem Wert in Höhe von 16 Milliarden US-Dollar.



### WEITERBILDUNG ALS ERFOLGSFAKTOR

»Die technischen Entwicklungen – insbesondere im Bereich alternativer Antriebssysteme – werden eine der großen Herausforderungen für die Kfz-Betriebe werden. Hier ist mehr denn je ein Austausch zwischen den Schulen, den Kfz-Innungen bzw. Landesverbänden und somit auch mit Vertretern der Werkstätten gefragt. Als eine der großen Stärken von markengebundenen Autohäusern erweist sich in diesem Zusammenhang der enge Kontakt zu den Herstellern und Importeuren. Die regelmäßig stattfindenden Schulungen sorgen dafür, dass wir in Sachen Know-how-Transfer immer auf dem neuesten Stand sind. Unabhängig davon schulen wir darüber hinaus bei Bedarf über die Akademie des Deutschen Kraftfahrzeuggewerbes, Führungsakademie Sylt, Handwerkskammer und Innung.«

**Kristina Neff**  
Geschäftsführerin | Auto Neff



### ZUFRIEDENE MITARBEITER SIND DIE BESTEN BOTSCHAFTER

»Wir dürfen nicht mehr davon ausgehen, dass sich die guten Mitarbeiter um Plätze in den Unternehmen bewerben. Zukünftig werden sich Unternehmen offensiv um qualifizierte Bewerber bemühen müssen. Wir als Autohäuser haben das Problem, dass unsere geschulten Mitarbeiter auch für anderen Branchen sehr interessant sind. Unter anderem tritt man hier gegen ›Gegner‹ an, die man rein materiell nicht überbieten kann. In diesem Kontext zahlt es sich aus, die Zufriedenheit der eigenen Mitarbeiter als Schlüssel zu definieren. Zufriedene Mitarbeiter sind in Sachen Recruiting die besten Botschafter.«

**Jan-Philipp Petersen**  
Leiter Service | Schmidt & Hoffmann



### UNIVERSELLES WISSEN WAR GESTERN

»Die Anforderungen für qualifiziertes Personal sind in den letzten Jahren stetig gestiegen. Kfz-Betriebe werden zukünftig verstärkt mit elektronischen Systemen, neuen Antriebskonzepten und Werkstoffen konfrontiert. Dies hat natürlich auch Einfluss auf die Berufsbilder und das Anforderungsprofil. Während in der Vergangenheit gerade im Werkstattbereich oftmals universelles Know-how gefragt war, geht der Trend zur Spezialisierung. Mitarbeiter werden gezielt auf bestimmte Bereiche geschult, um dort fundiertes Wissen zu erlangen.«

**Anne Vorwerk**  
Geschäftsleitung | Autohaus Knubel



### AUFKLÄRUNGSARBEIT MUSS SCHULE MACHEN

»Das Interesse junger Menschen an einem Beruf im gewerblichen Bereich lässt stark nach. Noch härter betroffen sind die kaufmännischen Berufe. Dabei ist vielen potentiellen Bewerbern gar nicht bewusst, wie komplex, spannend und herausfordernd eine Ausbildung im gewerblichen Bereich mittlerweile ist. Hier ist proaktive Aufklärungsarbeit gefragt. Zum Beispiel durch Praktika oder die Zusammenarbeit mit Schulen. Hier müssen wir frühzeitig vorstellig werden, um uns als Unternehmen interessant zu präsentieren – sowohl im kaufmännischen als auch im gewerblichen Bereich.«

**Michael Homburger**  
Geschäftsführer | Autohaus Louis Dresden

## » NACHGEFRAGT BEIM TECHNO CHANGE CLUB

Ende September trafen sich die TECHNO CHANGE CLUB Mitglieder zum zweiten intensiven Austausch im beschaulichen Rottach-Egern bei München. Neben dem Schwerpunktthema »Digitalisierung« setzte man sich hier auch mit den verschiedenen Facetten des Themas »Fachkräftemangel« auseinander. Einige diskutierte Facetten und ausgewählte Statements aus den Kreis der TECHNO CHANGE CLUB Mitglieder haben wir an dieser Stelle für Sie zusammengestellt.

# DIGITALER WANDEL ALS CHANCE

EIN BLICK ZURÜCK. UND ZWEI NACH VORN.  
DIE TREFFEN DES TECHNO CHANGE CLUBS IN  
LEIPZIG UND ROTTACH-EGERN.

Die Digitalisierung nimmt keine Rücksicht auf Strukturen. Wer seine Kunden erreichen will, muss sich bewegen. Darüber waren sich die Mitglieder des TECHNO CHANGE CLUBS bei der zweiten Zusammenkunft in Rottach-Egern bei München einig. Zukünftig machen Innovationswille, Mut zum Aufbruch in technologisches Neuland und Schnelligkeit mehr und mehr den Unterschied aus.

Lag der Schwerpunkt bei der Auftaktveranstaltung noch auf dem Thema alternative Antriebe, standen diesmal die Digitalisierung und deren Auswirkungen auf den Automobilhandel im Fokus. Wie gelingt der erfolgreiche digitale Weg zum Kunden? Und: Welche Herausforderungen muss man sich stellen, um sich zukünftig wettbewerbsfähig aufzustellen?

Unterstützt durch die Impulsvorträge von Robert Mehlan und Dr.-Ing. Steven Zielke wurden dazu aktuelle Möglichkeiten und Chancen für Autohäuser sowie neue, wirksame Geschäftsmodelle im Automobilhandel und Aftersales aus unterschiedlichen Perspektiven analysiert und diskutiert: Digitalisierung ist niemals nur die Baustelle der IT- oder der Marketingabteilung – die Grenzen werden verschwimmen und viele Autohäuser vor neue Herausforderungen stellen.

Konsens herrschte vor allem darin: Autohäuser müssen dem digitalen Wandel offensiv begegnen. Begriffe wie Online-Sales oder Big Data dürfen keine Fremdworte darstellen, sondern müssen mehr und mehr zum Treiber und Gestalter hinter den Prozessen werden. Richtig aufgestellt bietet die Digitalisierung und die damit verbundenen Technologien enorme Potentiale, um die Innovationskraft der Gesellschafter von Deutschlands größter und erfolgreichster Autohaus-Kooperation mit neuen Produkten und Services weiter zu stärken.

Wir bleiben gespannt. Oder, um es mit den Worten des TECHNO Geschäftsführers Georg Wallus zu sagen: »Die Epoche der Digitalisierung ist eine hochgradig spannende Zeit voller Veränderungen, auf die es sich lohnt, mit Neugier statt mit Angst zu schauen.«

# » MIT NACHHALTIGEM PERSONALMANAGEMENT SEIT JAHRZEHNEN GUT AUFGESTELLT

DR. KLAUS SORG ÜBER VORDENKEN, NACHHALTIGKEITSTREBEN UND AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN BEI DER PERSONALPLANUNG DER SORG GRUPPE

In seinem Grußwort anlässlich des 85-jährigen Bestehens der Sorg Gruppe lobte Fuldas Oberbürgermeister Gerhard Möller seinerzeit das große »gesellschaftliche, wirtschaftliche und soziale Engagement« der Unternehmer-Familie.

Und tatsächlich hat sich die Gruppe nicht nur als Unternehmen über drei Generationen hinweg erfolgreich in der Region positioniert, sondern vor allem auch als Arbeitgeber. Dabei setze man nicht, so Geschäftsführer Dr. Klaus Sorg, »auf eine überzogene Entlohnung, sondern vor allem auf die Zufriedenheit der Mitarbeiter«.

»Es geht nicht nur darum, gute Mitarbeiter für sein Unternehmen zu gewinnen, sondern auch darum, die besten zu halten«, konstatiert Sorg. Finanzielle Mehrwerte sind in diesem Kontext »sicherlich ein wichtiger Aspekt, doch beileibe nicht alles. Wenn bei der täglichen Arbeit und im Miteinander eines ins andere greifen soll, geht das nur mit ausreichend qualifizierten – und vor allem zufriedenen – Mitarbeitern« betont Sorg fast schon gebetsmühlenartig. Dabei setzt man vor allem auf den eigenen Nachwuchs.

»Gute Mitarbeiter von anderen Betrieben zu übernehmen ist zunehmend schwierig geworden, insbesondere, da Elektronik und Elektrik besondere Fähigkeiten je nach Fabrikat verlangen«, so Dr. Klaus Sorg.

»Erschwerend kommt hinzu, dass die Ausbildungen in anderen Betrieben häufig nicht mit unserem System kompatibel sind.« Ein Grund mehr, warum man beim Autohaus Sorg nichts unversucht lässt, um gute Auszubildende zu rekrutieren – und sie langfristig an sich zu binden. Der Erfolg gibt allen Beteiligten recht. Nicht ohne Stolz konstatiert Dr. Sorg:

**90 % UNSERER MITARBEITER HABEN IM UNTERNEHMEN GELERNT UND SICH DANN FÜR DIE VERSCHIEDENEN BEREICHE QUALIFIZIERT**

»In der Personalplanung gibt es einen Langfristplan für die Ausbildungsstellen der einzelnen Berufe, nach Hauptbetrieb und Filiale aufgegliedert.«

Diese Langfristplanung wird bei Sorg ergänzt durch eine 2-Jahres-Planung, so dass man in der Regel eine Ausbildungsquote von 20 % erreicht. Für Abiturienten, insbesondere für den Ausbildungsberuf Automobilkaufmann, bietet man zudem die Möglichkeit eines dualen Studiums an. Für die Mitarbeiter werden in den Jahresgesprächen die individuellen Weiterbildungsmaßnahmen und Schulungen besprochen und geplant.

Auch das Thema Kommunikation und passgenaue Weiterbildung wird bei Sorg großgeschrieben. »Beides sind elementare Faktoren, die neben einer angemessenen Entlohnung zur Loyalität und Zufriedenheit beitragen«, so Dr. Sorg.

»Wenn die Zusammenarbeit sowohl innerhalb der Abteilungen als auch übergreifend stimmig ist, dann überträgt sich dies auch im Verhältnis der Mitarbeiter zu unseren Kunden.«

Darum arbeitet man bei Sorg auch konsequent am Aufbau und Erhalt eines »Wir-Gefühls«. Sei es mit gemeinsamen Wanderungen, Werksbesichtigungen oder Feiern, bei denen neben den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch deren Partner und Kinder eingeladen sind. Überhaupt spielt das Thema Familie in der Personalplanung des Autohauses eine große Rolle. So werden im Rahmen der jährlichen Personalgespräche individuelle Ziele und individuell auf Familien abgestimmte Bedingungen besonders berücksichtigt – inklusive individueller Arbeitszeitregelungen.



Dr. Klaus Sorg  
Geschäftsführer  
Autohaus E. Sorg GmbH

**SORG**  
GRUPPE  
seit 1928

»Alle Mitarbeiter partizipieren durch eine Beteiligung am Gesamtertrag der Unternehmung.«

Auch beim Thema Vergütung geht man bei Sorg neue Wege. Unabhängig von geografischen Gegebenheiten erhalten alle Mitarbeiter die gleiche tariflich vereinbarte Vergütung. Zusätzlich gibt es eine Leistungsvergütung, die für Verkäufer in Form von Provisionszahlungen erfolgt, im Bereich der Monteure durch eine Leistungszulage auf die individuelle Produktivität. So weit, so normal. Wirklich außergewöhnlich ist allerdings, dass alle Mitarbeiter am Ende des Jahres am Erfolg des Unternehmens beteiligt werden.

Was bleibt, ist die Erkenntnis, dass »ehrlich und fair« bei Sorg mehr ist als ein Slogan – nämlich ein ernst gemeintes Versprechen gegenüber Kunden und Mitarbeitern.

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

# DER FRÜHE VOGEL ... » FÄNGT DIE FACHKRAFT

AUSBILDUNGSPLATZ GARANTIERT! ODER: EINMAL BRINKMANN – IMMER BRINKMANN

Ob sich damit, langfristig gesehen der Bedarf an Fachkräften im Unternehmen sichern lässt, bleibt abzuwarten. Fakt ist: Mit seiner **Ausbildungsplatzgarantie** setzt das 1970 in Lauenburg gegründete Unternehmen **Brinkmann** – charmant wie ungewöhnlich – ganz auf Tradition. Und Mitarbeiterbindung. Seit gut einem Jahr garantiert man allen frisch gebackenen Eltern unter den Mitarbeitern einen Ausbildungsplatz für den Nachwuchs im eigenen Haus. Die ersten Garantien wurden bereits offiziell dokumentiert und den Eltern feierlich übergeben.

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

★★★★★  
**Brinkmann**  
DAS AUTOHAUS





## » 4 STICHWORTE IM PRAXISTEST

KURZ UND KNAPP: **STEFFEN HAHN**,  
VORSITZENDER DER GESCHÄFTSFÜHRUNG  
BEIM **TECHNO** GESELLSCHAFTER  
**HAHN GRUPPE**, ZU EINIGEN »SCHLAGWORTEN«  
RUND UMS THEMA FACHKRÄFTE

### STICHWORT:

#### FACHKRÄFTEMANGEL.

»Es ist richtig, dass geeignete Verkäufer und Serviceberater schwer zu finden sind. Bewerber gibt es zwar ausreichend, sie entsprechen aber nicht immer unseren Anforderungen, den Anforderungen der Hahn Gruppe. Zunächst einmal sind wir ein traditionsreiches Familienunternehmen und in der Region als verlässlicher Partner bekannt. Wir bieten sichere Arbeitsplätze und aufgrund unserer Größe und Marktstärke auch attraktive Entwicklungsmöglichkeiten für unsere Mitarbeiter.

Mit unserer unternehmenseigenen Hahn Akademie verfügen wir über Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen, die weit über das in der Branche übliche Maß hinausgehen. Der Erstkontakt mit Bewerbern entsteht vor allem über unser detailliertes Online-Bewerbungssystem, über Jobbörsen und Fachmessen. Zielführend ist auch unser professioneller Internetauftritt. Das alles zusammen macht uns als Unternehmen für Bewerber attraktiv.«

### STICHWORT:

#### MITARBEITERBINDUNG.

»Als Familienunternehmen pflegen wir seit jeher einen partnerschaftlichen Umgang mit unseren Mitarbeitern. Auch die Themen Aus- und Weiterbildung haben traditionell bei der Hahn Gruppe einen hohen Stellenwert. Wie bereits erwähnt, haben wir dieses Engagement in der Hahn Akademie unter der Überschrift »Zielgerichtete Karriere- und Entwicklungsmöglichkeiten vom Auszubildenden bis zur Führungskraft – mit fachlicher und persönlicher Förderung« professionalisiert. Dabei ist es unser Ziel, Mitarbeitern von Anfang an die Werte und Leitlinien der Hahn Gruppe zu vermitteln. Viele Projekte und Veranstaltungen zielen in die Richtung, den Teamgedanken zu stärken. Dazu gehören beispielsweise unsere Jahresauftaktveranstaltungen für alle Mitarbeiter, regelmäßige Teamrunden, ein mehrtägiger Azubi-Workshop, ausführliche Mitarbeiter-Einführungsveranstaltungen, Knigge-Schulungen, interne Seminare oder auch die Lehrabschlussveranstaltungen mit allen Auszubildenden, Berufsschullehrern und Ausbildern – um nur einige zu nennen.«



## Integral Set 5 in 1

 **Horn & Bauer**  
Folientechnik



*Neue, optimierte  
Ausführung!*

Der perfekte Vollschutz für den Kfz-Innenraum mit hochwertigen Schutzelementen in 1 Set.

Passende  
Anwendungsvideos  
finden Sie online!  
[www.better-protection.com](http://www.better-protection.com)



### STICHWORT:

#### PERSONALPLANUNG.

»Für jeden Betrieb und jeden Bereich machen wir gegen Jahresende eine detaillierte Analyse, bei der auch auf den Personalstand eingegangen wird. So können wir rechtzeitig auf Veränderungen reagieren und proaktiv den Mitarbeiterbedarf steuern.«

### STICHWORT:

#### VARIABLE VERGÜTUNG.

»Wir arbeiten aktuell an der Weiterentwicklung unserer Vergütungssysteme sowie an unterschiedlichen Ansätzen zur Umsetzung von Bonusprogrammen. Festhalten muss man jedoch, dass die variable Vergütung immer nur einen Baustein der Mitarbeitermotivation darstellt.«



**Hahn**  
Automobile

## » LÄUFT'S RUND, HERR WEIGELT?

**JAN WEIGELT**, RECRUITING-EXPERTE BEI DEN REIFEN-SPEZIALISTEN VON REIFEN GUNDLACH, ÜBER **PERSONALPLANUNG** UND »PASSION TO PERFORM«

*Herr Weigelt, aktuellen Studien zufolge befürchtet jedes vierte Unternehmen in Deutschland, zukünftig zu wenig qualifizierte Mitarbeiter zu haben. Stellt sich die Situation für Sie ebenfalls so dramatisch dar?*

**Jan Weigelt:** »Der Fachkräftemangel ist eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung, der auch wir uns stellen müssen. Bisher schaffen wir es aber, immer wieder motivierte neue Mitarbeiter für Reifen Gundlach zu begeistern.

Damit wir unseren Personalbedarf auch zukünftig erfolgreich decken können, legen wir insbesondere großen Wert auf die Ausbildung und Weiterentwicklung von jungen Menschen, denen wir in unserem Unternehmen spannende Aufgabengebiete bieten können. Für die Rekrutierung von spezialisierten Fachkräften und ambitionierten Hochschulabsolventen intensivieren wir unsere Aktivitäten über ein breites Spektrum an modernen Personalgewinnungsmaßnahmen. Dazu zähle ich z. B. direkte Kooperationen mit renommierten Hochschulen sowie die Präsenz bei entsprechenden Karriere-messen in ganz Deutschland. Außerdem gehen wir in den sozialen Medien und Online-Karrierenetzen proaktiv auf Talente und Fachkräfte zu. Dass Reifen Gundlach aktiv auf die Herausforderungen des Arbeitsmarktes reagiert, zeigt sich nicht zuletzt durch die Einstellung eines Recruiters, wie Sie mit mir als Ansprechpartner nun sehen können.«

*Immer mehr mittelständische Unternehmen setzen auf eine gezielte Personalplanung. Wie geht man bei Reifen Gundlach mit dem Thema Personalplanung um?*

**Jan Weigelt:** »Eine gezielte Personalplanung ist die Basis, insbesondere, wenn man sich auf einem starken Wachstumskurs befindet. Als mittelständisches Unternehmen ist es für uns aber wichtig, ein gewisses Maß an Flexibilität zu erhalten. Im Rahmen unserer Möglichkeiten versuchen wir, den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeiter zu begegnen und den Menschen in den Vordergrund zu stellen.«

*Das IWW Institut stellt die These auf, dass Unternehmen nur erfolgreich sein können, wenn die Mitarbeiter motiviert sind und den Geschäftserfolg als gemeinsames Ziel sehen. Eine wichtige Rolle spielen die leistungs- und anforderungsgerechte Vergütung. Welche Maßnahmen treffen Sie, um Ihre Mitarbeiter zu incentivieren bzw. am Geschäftserfolg teilhaben zu lassen?*

**Jan Weigelt:** »Da wir sehr stark in Teams arbeiten und die Servicequalität für uns eine hohe Priorität einnimmt, sind wir bei einer zu stark personenbezogenen Incentivierung vorsichtig. Wir wollen keine Söldner oder Einzelkämpfer hervorbringen, sondern die »Passion to Perform« der Kolleginnen und Kollegen fördern. Um das zu erreichen, bieten wir inhaltliche Incentives und Perspektiven, wie zum Beispiel die aktive Beteiligung an internationalen Projekten in Kooperation mit unserem Shareholder und unseren europäischen Schwestergesellschaften oder die Teilnahme an unserem »Youngster & Oldie«-Programm, das sehr gut angenommen wird.«

*Herr Weigelt, vielen Dank für Ihre Antworten.*



**Reifen Gundlach** ist ein international agierendes Serviceunternehmen im Bereich Reifen, Räder und Komplettäder. Seit 2012 ist das Unternehmen Teil der niederländischen **PON-Gruppe** mit mehr als 11.000 Mitarbeitern. Zu den Kunden gehören neben Automobilherstellern und zahlreichen Autohäusern Reifenfachhändler, Kfz-Werkstätten sowie Endverbraucher.

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



## WHEEL DOCTOR



### TÜV-geprüfte Alufelgen-Aufbereitung

Gesetzlich zulässig. Auch glanzgedreht geht.

Etwa 31 Millionen Alufelgen in Deutschland weisen Schäden auf. Dadurch leiden nicht nur Optik und Wert der betroffenen Autos. Auch die HU-Plakette steht auf dem Spiel. Denn aus oberflächlich harmlos aussehenden Kerben können Risse mit fatalen Folgen für die Fahrsicherheit entstehen.

Deshalb setzen mittlerweile über 500 Betriebe auf das 2-fach TÜV-geprüfte WheelDoctor-System und die Möglichkeit, durch die fachgerechte sowie gesetzlich zulässige Beseitigung dieser Schäden mehr Umsatz zu generieren.

- Bei Korrosions- und Bordsteinschäden
- Bis zu 90 % der Felgenschäden sind reparierbar
- Auch glanzgedrehte Felgen sehen wie neu aus
- Höhere Serviceumsätze und Zusatzgewinne
- Bei Leasingrückläufer, Gebrauch- oder Vorfürhswagen
- 2-fach TÜV-geprüft, erfüllt alle gesetzlichen Vorgaben

Mehr Umsatz im **RAD**umdrehen



# QUO VADIS?

## WELCHE ARGUMENTE ÜBERZEUGEN FACH- UND BINDEN FÜHRUNGSKRÄFTE? UND WARUM IST DIE »GENERATION Y« SO SCHWER ZU BEGEISTERN?

Wir haben bei **Christian Walter**, Geschäftsführer der Hamburger Personalberatung »Delphi HR-consulting«, nachgefragt und erkenntnisreiche Antworten erhalten.



**Herr Walter, mehr und mehr mittelständische Unternehmen setzen auf eine gezielte Personalplanung. Laut einer Studie des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales verfügen fast zwei Drittel über entsprechende Instrumente zur Mitarbeiterbindung. Spiegelt das auch die aktuelle Ist-Situation im Autohaus-Umfeld wider? Oder herrscht hier noch Handlungsbedarf?**

Christian Walter: »Bei der Vielzahl an Autohäusern ist eine allgemeingültige Antwort natürlich schwierig. Aus meiner Sicht schätzen Mitarbeiter kleiner und inhabergeführter Autohäuser den persönlichen Kontakt zum Inhaber. Mit zunehmender Unternehmensgröße und Filialisierung geht dieser verloren. Die Führungskraft hat dann einen

hohen Stellenwert. Diese zu unterstützen ist Aufgabe aktiver Personalarbeit, die aus meiner Sicht in der Industrie ausgeprägter ist. In der Industrie sind Begriffe wie »Employer Branding« (die Attraktivität der Arbeitgebermarke, dies auch intern in das Unternehmen gerichtet), »Talentmanagement« und »Nachfolgeplanung« seit Jahren verbreitet. Die Autohäuser sind meist noch nicht so weit. Jedes Autohaus sollte sich daher fragen, was es hiervon adaptieren kann.«

**Im Rahmen einer Erhebung kommt die Unternehmensberatung Baumann zu dem Schluss, dass sich der Fachkräftemangel im Mittelstand dramatisch zuspitzt. So können bereits 62 % der Unternehmen aktuell ihre unbesetzten Stellen mangels geeigneter Bewerber nicht besetzen. Ist dem tatsächlich so – und wenn ja, worauf ist das Ihrer Meinung nach zurückzuführen?**

**Christian Walter:** »Der Trend, dass wichtige Positionen nur schwer besetzt werden können, betrifft aus meiner Sicht nahezu alle Unternehmen und damit auch den Mittelstand.

Unternehmen, die kontinuierlich an ihrer Arbeitgebermarke arbeiten, tun sich leichter als eher unbekanntere Unternehmen. Auch hier müssen es nicht immer große Summen sein. Jeder Kunde eines Autohauses kann ein potentieller Mitarbeiter sein oder hat in seinem Umfeld Kinder, die sich für einen Ausbildungsplatz interessieren mögen. Ich kenne kein Autohaus, das bspw. seine Serviceberater sensibilisiert im Gespräch mit Kunden »nebenbei« die Möglichkeit einer Ausbildung anzusprechen.

Ein anderer Grund ist das sich schnell ändernde Umfeld, so dass sich die Anforderungen an Mitarbeiter und auch Führungskräfte seit Jahren ändern. Natürlich auch in Autohäusern. Während früher Fachexpertise extrem wichtig war, so sind heute Lernfähigkeit, Offenheit für Veränderungen und Erfahrung oft wichtiger. Ein Berater hilft, das Profil zu hinterfragen, neue Such- oder Lösungsansätze zu finden und in der Auswahl neuer Mitarbeiter die eigenen Gedanken zu reflektieren. Selbst erfahrene Personalleiter tun sich schwer ihre eigenen Mitarbeiter auszuwählen.«

**Sehen Sie einen kausalen Zusammenhang zwischen dem Fachkräftemangel und dem Anspruchsdenken der »Generation Y«, die – im Gegensatz zu vorherigen Generationen – mehr von einem Beruf erwartet als bloße Sicherheit und Wohlstand?**

**Christian Walter:** »Klar, die Generation Y ist recht komfortabel aufgewachsen. Sie ist zudem extrem vernetzt, will nicht ewig auf den nächsten Karriereschritt warten und sucht die Selbstverwirklichung. Die Aufgabe heißt aus meiner Sicht, eine Perspektive und Verantwortung zu geben, Ziele zu setzen und Werte zu vermitteln. Projekte eignen sich besonders. Beispielsweise kann das Wissen und die Erfahrung dieser Generation sehr wichtige Impulse bei der Gestaltung der eigenen Internetseite geben. Ihnen muss die Gelegenheit gegeben werden, ihr Wissen einzubringen. Alles andere wirkt frustrierend. Wer diesen Sinn in der Aufgabe vermittelt, wird es auch leichter haben, motivierte Mitarbeiter zu finden.

Oftmals lese ich in Stellenanzeigen mehr Anforderungen an den Bewerber, als dass das Unternehmen für sich wirbt. Die Zeiten haben sich geändert. Beim Texten einer Stellenanzeige überlege ich daher sehr genau, womit ich die Attraktivität der Position darstellen kann. Warum ist die Aufgabe und für wen interessant, wie arbeitet das Unternehmen, welche Chancen ergeben sich für engagierte Bewerber. Fachliche Anforderungen formuliere ich so knapp wie möglich.«

**Immer mehr große Unternehmen in der Automobilindustrie werben im Rahmen der Rekrutierung von Fach- und Führungskräften mit »Work-Life-Balance«-Modellen, Weiterbildungsprogrammen und Aufstiegsperspektiven.**

**Muss sich die Autohaus-Branche diesbezüglich ebenfalls umorientieren – oder kann sie andere Mehrwerte in die Waagschale werfen?**

**Christian Walter:** »In der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern ist Wettbewerb branchenübergreifend. Es ist doch klar, dass ein (junger) Mensch sich dahin orientiert, wo ihm am meisten geboten wird. Die Automobilindustrie wirbt hier nicht anders als andere große Unternehmen. Autohäuser (und auch hier nahezu alle Mittelständler) müssen Antworten auf die gleichen Themen bieten. Und die gibt es, vielleicht nicht ganz so instrumentell, aber sie sind da: Gute Führungskräfte entwickeln ihre Mitarbeiter auch ohne Seminare.

Eine Niederlassung braucht bspw. einen neuen Niederlassungsleiter. Warum diesen nicht als langjährigen Mitarbeiter im Unternehmen vorstellen, bspw. über die Rubrik »Mitarbeiter« oder »Karriere« auf der Homepage. Mehr Glaubwürdigkeit gibt es nicht. Und ein Autohaus, das um 18:30 Uhr schließt, ermöglicht mehr Work-Life-Balance als ein Konzern, in dem die Mitarbeiter am besten rund um die Uhr per Mail erreichbar sein »müssen«.

**Eine wichtige Rolle bei der Mitarbeitermotivation spielt die leistungs- und anforderungsgerechte, das heißt variable Vergütung. Wird in diesem Bereich bereits genug unternommen bzw. angeboten – insbesondere was die Incentivierung der Mitarbeiter angeht?**

**Christian Walter:** »Variable Vergütung kann, muss aber nicht motivieren. Im Vertrieb ist ein Bonus weit verbreitet. Auf der anderen Seite kenne ich auch vertriebsorientierte Unternehmen, die ohne einen persönlichen Bonus arbeiten. Hierdurch wird Egoismus reduziert und der gemeinsame Erfolg in den Vordergrund gestellt. Statt einer individuellen Belohnung kann bspw. ein Teil des Unternehmensüberschusses als Bonus gezahlt werden. Denn es wird aus meiner Sicht auch zunehmend schwieriger, die Leistung des Einzelnen fair zu entlohnen. Welchen Anteil am Verkauf hat bspw. ein Automobilverkäufer, wenn der Kunde über einen cleveren Internetauftritt in das Autohaus kommt? Je nach Führungsstil wird die variable Komponente anders ausfallen. Die Art der Entlohnung muss zum Unternehmen und zu seiner »Philosophie« passen.«

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

» delphi-hr.de

# KUNDENBINDUNG SCHNELL GEMACHT

DIE GLINICKE AUTOMOBILGRUPPE TREIBT IHR BUSINESS  
AUF DER TEST- UND PRÄSENTATIONSTRECKE VORAN

4,2 Kilometer lang, 19 Kurven, 26 % Gefälle – und jede Menge Adrenalin: Für Testfahrten und Modellpräsentationen entführt die Glinicke Automobilgruppe ihre Kunden regelmäßig auf die Test- und Präsentationsstrecke »Bilster Berg Drive Resort« – und bringt sich damit weit über die Region hinaus in die Pole-Position, was das Thema Ausnahmeerlebnisse in Sachen Kundenbindung angeht.

Wenn **Florian Glinicke** über das »Bilster Berg Drive Resort« berichtet, funkeln seine Augen. Denn der Geschäftsführer der Glinicke Automobilgruppe ist nicht nur leidenschaftlicher Rennsport-Enthusiast – er begleitet auch nahezu von Anfang an die Realisierung dieses einmaligen Projekts. Ein Grund mehr, warum er sich als Premium-Partner des »Bilster Berg Drive Resort« präsentieren darf. Dass er darauf nicht ohne Stolz verweist, hat seinen Grund.

## »DIE GEILSTEN 4,2 KILOMETER DER WELT!« Walter Röhl

Schließlich wurde mit der offiziellen Eröffnung des »Bilster Berg Drive Resort« am 1. Juni 2013 erstmals seit über 80 Jahren wieder eine Rundstrecke im Westen Deutschlands in Betrieb genommen. Ein Kurs, der von **Walter Röhl** bereits als die »geilsten 4,2 Kilometer der Welt« bezeichnet wurde. Davon können sich die Kunden der Glinicke Automobilgruppe in schöner Regelmäßigkeit hautnah überzeugen. Und damit sind sie nicht die Einzigen. Immer mehr Unternehmen treiben inzwischen ihr Business auf der knapp eine Autostunde von Kassel entfernt gelegenen Test- und Präsentationsstrecke voran.

## SECHS ANGEBOTSBEREICHE SPEZIELL FÜR KUNDEN DER AUTOMOBILBRANCHE

Kein Wunder, denn das »Bilster Berg Drive Resort« verfügt inzwischen über sechs Angebotsbereiche, die speziell auf die Kunden der Automobilbranche abgestimmt sind. »Driving Experiences« sowie »Trackdays« und »Trainings« bieten motorsportbegeisterten Fahrern ein einzigartiges Erlebnis – mitten in der Natur. »Dabei geht es nicht darum, in Wettbewerb zu treten«, so Glinicke, »sondern die Fahr-sicherheit und die pure Freude am Fahren und Erfahren unserer Marken gemeinsam auszuleben«. Einen immensen Mehrwert sieht Glinicke auch in dem »Whitelabel-Prinzip«. »So können wir unsere Veranstaltungen nicht nur ganz nach unseren Vorstellungen arrangieren, sondern zudem ausnahmslos alle zur Verfügung stehenden Flächen für unsere Marken nutzen.«

## MARKENERLEBNISSE – ON- WIE OFFROAD

Die Möglichkeiten, außergewöhnliche Markenerlebnisse am »Bilster Berg Drive Resort« zu inszenieren, sind umfangreich. Denn neben dem Herzstück, der 4,2 Kilometer langen Asphaltstrecke, gibt es auch die Möglichkeit, auf einer Dynamikfläche oder im Offroad-Parcours sein Können unter Beweis zu stellen. Zudem stehen zwei geteilte Fahrerlager bereit, die unabhängig voneinander für zeitgleich stattfindende Events genutzt werden können. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass dies zukünftig öfter passieren wird.



## »BILSTER BERG DRIVE RESORT« STRECKENINFOS

|                              |                      |
|------------------------------|----------------------|
| Streckenlänge                | » 4,2 Kilometer      |
|                              | 44 Kuppen und Wannen |
|                              | 19 Kurven            |
| Gefälle                      | » Bis zu 26 %        |
| Steigungen                   | » Bis zu 21 %        |
| Kumulierter Höhenunterschied | » Über 200 Meter     |



» [glinicke.de](http://glinicke.de)

**Glinicke**  
So lebt man Auto heute.

# T»EXPERTEN TREFF<sup>TR</sup>

FRANKFURT | 13. SEPTEMBER 2016 | automechanika

Mit freundlicher Unterstützung von



## 180 EXPERTEN – VIELE GEMEINSAME NENNER

### DER »TECHNO EXPERTEN TREFF« AUF DER AUTOMECHANIKA 2016

Der diesjährige »TECHNO EXPERTEN TREFF« war geprägt von Superlativen. Während die Veranstalter der automechanika Frankfurt mit 4.820 Ausstellern aus 76 Ländern einen neuen Rekord verzeichneten, freuten sich Geschäftsführer Georg Wallus und Dietmar Scheck, dass sie mit 180 Gästen mehr TECHNO Gesellschafter, Lieferanten, Experten und Sponsoren als jemals zuvor begrüßen durften.

Wo man auf dem diesjährigen »TECHNO EXPERTEN TREFF« auch hinschaute: Überall wurde angeregt diskutiert, referiert und Visitenkarten wechselten den Besitzer. Die automechanika als solches und die neue TECHNO LOUNGE auf dem Agora Freigelände im Besonderen bildeten einmal mehr die perfekten Rahmenbedingungen, um sich über die aktuellsten Entwicklungen und Trends der Branche zu informieren und auszutauschen.

Und davon gab es dieses Jahr jede Menge. Denn das Motto »Tomorrow's Service & Mobility« auf der weltgrößten Leis-

tungsschau für den Independent Aftermarket war in der Tat Programm. Führende Branchenplayer aus Industrie, Werkstatt und Handel belegten eindrucksvoll, wie sich die Branche verändert – hin zu einer immer stärkeren Vernetzung des Automobils. Ein großes Thema, das auch alle Beteiligten bei TECHNO immer wieder aufs Neue bewegt. So wunderte es nicht wirklich, dass die geführten Messe-Rundgänge zu zahlreichen ausstellenden Lieferanten-Partnern und die Vorträge der Sponsoren dieses Jahr großen Anklang fanden.

Mindestens genauso gefragt war auch das Catering. Hier kam nicht nur Sterne- und Fernseh-Koch Mario Kotaska hinterm Grill gehörig ins Schwitzen – bei knapp 33 °C war vor allem Kondition beim Personal gefragt, das für den Ausschank kühler Getränke verantwortlich zeichnete.

**Unser Fazit kurz und knapp:**  
der »TECHNO EXPERTEN TREFF 2016« –  
eine rundum gelungene Veranstaltung.



# ALLES IM LACK!

ZENTRALISIERUNG ALS  
ERFOLGSFAKTOR – DIE **SENGER-GRUPPE** MACHTS VOR



Die Senger-Gruppe treibt nicht nur ihre Expansion voran, sondern forciert auch den Konzentrationsprozess. Jüngstes Beispiel: das im September letzten Jahres fertiggestellte Kompetenzzentrum »Senger Starlack« für die Reparatur von Unfallschäden und Karosserieinstandsetzung. Damit macht die Unternehmensgruppe vor, wie das Thema Bündelung in einem umkämpften Markt zum Erfolgsfaktor werden kann.

Das neue Karosserie- und Lackierzentrum in Rheine entstand direkt auf dem ehemaligen Gelände der Nutzfahrzeug-Werkstatt und wurde architektonisch in das moderne Verwaltungsgebäude der Senger Holding integriert. Die Nutzfahrzeug-Werkstatt wiederum wurde in das neu gebaute Truck-Center an der A 30 integriert. In dem neuen Kompetenzzentrum werden die Karosserie- und Lackarbeiten der Standorte aus der Umgebung in Rheine gebündelt:

»Dadurch schaffen wir eine moderne Infrastruktur für die Schadensteuerung von Fahrzeugen. Alle anfallenden Arbeiten können noch professioneller, effizienter und unter Nutzung modernster Technologien ausgeführt und Synergien genutzt werden.«

Auf über 2.100 m<sup>2</sup> sorgen aktuell rund 30 Mitarbeiter für modernste Unfallinstandsetzung jeglicher Marken und Typen – also nicht nur für die eigenen Senger-Marken wie zum Beispiel Mercedes-Benz, Audi, VW, Škoda, Porsche, smart und Seat. Das vielfältige Leistungsspektrum reicht von der Kleinschadenreparatur über Autoglasservice und elektronische Karosserievermessung bis hin zu Korrosionsbeseitigung, Polster- und Kunststoffarbeiten sowie dem lackierfreien Ausbeulen.

»Als Vertragspartner von verschiedenen Fahrzeugmarken verfügen wir über die entsprechende Kompetenz für diese Arbeiten«, betont **Michael Webers**, Betriebsleiter bei Senger Starlack. Da versteht es sich fast von selbst, dass auch die Arbeitsplätze selbst auf ein Höchstmaß an Effizienz angelegt wurden – kurze Wege zwischen den Arbeitsschritten sorgen für eine deutliche Optimierung der Arbeitsprozesse.

**Kompetenzbündelung + erstklassiger Service.**  
Ein erfolgversprechendes Geschäftsmodell.

Neben dem logistischen Konzentrationsprozess und den infrastrukturellen Vorteilen, die sich durch die unmittelbare Anbindung zur Autobahn 30 ergeben, sieht Senger vor allem auch in den Service-Angeboten eine Schlüsselrolle: »Mit unserem Hol- und Bring-Service, einem Ersatz- bzw. Mietwagen-Service, einem Abschleppservice sowie einer 36-Monate-Garantie für die ausgeführten Leistungen bringen wir unseren Kunden die Mehrwerte unseres Kompetenzzentrums im wahrsten Sinne des Wortes näher.«

**Als Quintessenz bleibt festzuhalten:**

Ganzheitlich geplant und zukunftssicher umgesetzt hat »Senger Starlack« definitiv das Zeug dazu, als Paradebeispiel für eine Zentralisierung von Kompetenzen herzuhalten. Ein Konzept, das durchaus Nachahmer finden könnte.

» [auto-senger.de](http://auto-senger.de)

**SENGER**  
Faszination Automobil



## ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: DIE UNTERNEHMENSGRUPPE SENGER IM ÜBERBLICK.

- Gesamt » 50 Betriebe an 40 Standorten
- Marken » Mercedes-Benz, Audi, Porsche, Volkswagen, Smart, Škoda, Seat sowie DAF-Trucks
- Beschäftigte » Ca. 2.500, davon ca. 270 Auszubildende
- Platzierung » Die Firmengruppe Senger gehört zu den Top 5 der größten Autohandelsgruppen Deutschlands (Platz 4 nach Umsatz 2015; 1,1 Milliarden Euro)

# GIPFEL-TREFFEN!

TECHNO GESELLSCHAFTER-VERSAMMLUNG INKLUSIVE

Die diesjährige Gesellschafter-Versammlung in Frankfurt findet erstmals unter einem neuen Namen statt. Warum? Weil sich alle Beteiligten darin einig sind, dass er eigentlich immer schon Programm war.

Der »TECHNO GIPFEL« wird seinem Namen alle Ehre machen. Davon ist nicht nur TECHNO Geschäftsführer Georg Wallus überzeugt, sondern auch alle Mitglieder des Aufsichtsrates, die sich bereits am 22. November 2016 zur Aufsichtsrats- & TVD Verwaltungsrats-Sitzung in Frankfurt treffen. »Unsere Gesellschafter-Versammlungen waren schon immer geprägt vom konstruktiven, lösungsorientierten und lebendigen Dialog – und alleine schon deshalb deutlich mehr als klassische Gesellschafter-Veranstaltungen«, so Wallus. »Und ich bin davon überzeugt, dass der alte, neue Geist auch in Frankfurt wieder zugegen sein wird.« Die Rahmenbedingungen dafür stimmen auf alle Fälle. Der offizielle Teil findet am 23. November 2016 in der historischen »Villa Kennedy« statt. Anschließend geht es via Shuttle zur exklusiven Abendveranstaltung ins »Palais« – eine geschichtsträchtige Location, in der einst sogar der Bundestag tagte.

Es ist also alles angerichtet, um den neuen Namen der Veranstaltung einmal mehr mit Leben zu füllen.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

**TECHNO  
GIPFEL  
2016**  
DIE JAHRES-VERSAMMLUNG  
DER TECHNO GESELLSCHAFTER

23.11.2016

## TERMINE 2016/2017

### » REIFENGESPRÄCHE

17 18  
Jan. Jan.  
Norderstedt

### » TECAR VERKAUFSTEAM EVENT

20 21  
Jan. Jan.  
Bad Reichenhall

### » T»EXPO SPEZIAL REIFEN/RÄDER/TRANSPORT/REISE

25 26  
Jan. Jan.  
Bad Windsheim

### » T»EXPO SPEZIAL DIENSTLEISTUNGEN/VERBRAUCHSMATERIAL

05 06  
April April  
Grolsheim/Bingen

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

Termin TBD  
Bad Driburg

### » OFFIZIELLE TERMINE

#### AUFSICHTSRATS-SITZUNG:

22.11. | Frankfurt am Main

#### TVD VERWALTUNGSRATS-SITZUNG:

23.11. | Frankfurt am Main

#### TECHNO GIPFEL 2016 – DIE JAHRES-VERANSTALTUNG DER TECHNO GESELLSCHAFTER:

23.11. | Frankfurt am Main

#### TECAR SUPERVISORY BOARD:

28.11. | Frankfurt am Main  
20.02. | Frankfurt am Main

#### INTERNATIONAL TECAR MARKET PLACE:

10.–11.05. | Oslo

#### BERATER-AUSSCHUSS-SITZUNG:

08.11. | Norderstedt  
06.12.–07.12. | 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



## DIE ERFOLGSFORMEL FÜR DAUERHAFTE HOCHLEISTUNG IM MOTOR

DAS ERSTE MOTORENÖL AUF BASIS  
VON ERDGAS

**SHELL HELIX ULTRA  
MIT PUREPLUS TECHNOLOGY**  
SHELL.DE/PUREPLUS



Shell  
**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 gebrauchten Fahrzeuge. Über 110.000 verkaufte Einheiten pro Jahr sprechen da für sich.

Wann gehen Sie auf Nummer sicher und vermarkten Ihre PKW und Nutzfahrzeuge, z.B. aus dem Flottenbestand, in einer unserer täglichen Live- und Online-Auktionen?

Nehmen Sie jetzt Kontakt auf und planen Sie mit uns Ihren schnellen, reversionssicheren Gebrauchtfahrzeug-Verkauf:  
+49 (0) 611 44796-55 oder [autobid@auktion-markt.de](mailto:autobid@auktion-markt.de)



Entdecken Sie die Vielfalt der Auktion & Markt AG

