

AUSGABE 1 - JANUAR 2018

AUTO INSIDE

Das Fachmagazin für die Schweizer Garagisten

Wie alternative Finanzierungsformen in der Schweiz Fuss fassen

Seiten 10–13

Warum Sie sich auf den «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 freuen dürfen

Seiten 24–32

Wie sich Olympiasieger Dario Cologna für den AutoEnergieCheck einsetzt

Seite 44

AGVS Garantie

erfolgreich seit 2005

by Quality1 AG

Die **AGVS Garantie by Quality1 AG** ist bereits seit über 10 Jahren erfolgreich am Markt und hilft Ihnen, die Kundenbindung und -zufriedenheit zu steigern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:

+41 (0)55 254 30 00 | info@quality1.ch | www.quality1.ch

© Quality1 AG, Bubikon 11/2017



QUALITY 1

A company of **Allianz**



PROFESSIONELLES
KUNDENBINDUNGS-CENTER

PERSÖNLICHE
UNTERSTÜTZUNG

OPTIMALES
SCHADENMANAGEMENT



Die Welt verändert sich. Ihre Kunden bleiben.

Mit den Garantie- und Kundenkontakt-Programmen von CarGarantie binden Sie Ihre Kunden über Jahre an Ihre Garage.

**CG CAR-GARANTIE
VERSICHERUNGS-AG**

Erlenstrasse 33
4106 Therwil

TEL 061 426 26 26
MAIL info@cargarantie.ch

www.cargarantie.ch



CarGarantie[®]

takes the risk out 

Januar 2018



10 Tiefe Eigenkapitalrenditen auf der Seite der Garagisten, hohe Anforderungen an Bonität sowie gesetzliche Restriktionen auf der Seite der Banken: Viele Garagisten tun sich schwer, an Bankkredite zu kommen. Doch es gibt Alternativen.



26 Über Trends und Geschäftsmodelle in der Mobilitätsindustrie wird viel geschrieben. Nur: Mit der Rolle des Garagisten als Teilnehmer des zukünftigen Ökosystems der Mobilität beschäftigt sich kaum jemand. **Professorin Dr. Andrea Back** von der Universität St. Gallen hat sich mit einem AGVS-Team und einem Garagisten dem Thema angenommen.



Titelseite:
Die AGVS Garantie by Quality1 AG ist seit über zehn Jahren erfolgreich auf dem Markt.

Editorial

5 Informierte Garagisten stellen sich den Veränderungen

6 Kurz notiert

Finanzierung / Investition

- 10 Kredit: Ins Netz statt zur Bank
- 12 Crowdfunding gewinnt an Bedeutung
- 14 Investitionsschutz bei Grossanschaffungen
- 16 KFZ-Gewerbe unter Druck
- 18 News zu Finanzierung/Investition

Marketing / Kommunikation

- 20 Marketinghilfe dank Garagenkonzept
- 22 Kundenbindung: Tipps und Tricks

«Tag der Schweizer Garagisten»

- 24 Rekord für AGVS-Tagung
- 26 Das Geschäftsmodell Garagist
- 28 Beruf Garagist hat Zukunft
- 30 Die Schweizer Stimme in Brüssel
- 32 Ungehinderter Zugang zu Fahrzeugdaten
- 33 Garage steht hinter seinem Lernenden

Verband

- 36 Bedeutung der eigenen Medien nimmt zu
- 38 Branchenlösung als Königsweg
- 40 Interessen der Händler schützen

Werkstatt und Kundendienst

- 43 Neuer Flyer bewirbt Scheibenreparatur
- 44 Dario Cologna als Tankwart
- 45 AEC als Geschenk für alle
- 46 Pneuwechselzeit ist AEC-Zeit
- 47 Der Garagist als Dienstleister
- 48 Entwicklung des Dieselmärkts

Beruf und Karriere

- 49 Tour de Suisse der Grundbildungen
- 50 Business Academy
- 52 Regionale Weiterbildungskurse
- 53 Mit dem MechaniXclub in Las Vegas
- 54 «Zeit, in die Weiterbildung zu investieren»
- 56 Der Wille zur Höchstleistung

Politik

- 58 Das erwartet uns 2018
- 60 Abgasprüfung: Deutschland gibt Gas

Management und Recht

- 61 Gestaltungsspielraum bei Steueroptimierung
- 62 Informationspflicht vor Probefahrten

65 Garagenwelt

67 Impressum



Ihr Partner für das kundenfreundliche Autohaus:

Planung und Beratung bei Neu- und Umbau von Garagen und Autohäusern, Tankstellen, Shops

Profitieren Sie von unserer Erfahrung! Verlangen Sie ein unverbindliches und kostenloses Beratungsgespräch.



AWS ARCHITEKTEN AG
Muristrasse 51
CH-3006 Bern
Telefon 031 351 33 55
Telefax 031 351 33 68
Homepage: www.aws.ch
e-mail: architekten@aws.ch

Eine der schönsten
Fähigkeiten des Menschen:

Zusammen- stehen.

Vorteile
für Mitglieder des
AGVS.

Wir sehen die Dinge, wie sie für Sie sind. Deshalb helfen wir Ihnen mit unserem betrieblichen Gesundheitsmanagement, die Gesundheit Ihrer Mitarbeitenden zu verbessern und somit Kosten und Absenzen zu vermeiden – damit Ihr Unternehmen gesundheitlich gut dasteht. Gerne beraten wir Sie. **Ganz persönlich.**

Beratung in über 100 Agenturen,
per Telefon unter 0844 277 277 oder auf css.ch/unternehmen



CSS

Versicherung

Informierte Garagisten stellen sich den Veränderungen

Liebe Leserin, lieber Leser

Die Veränderungen in der Autobranche und im Umfeld der individuellen Mobilität sind rasant. Die Garagisten und ihre Mitarbeitenden sind mittendrin in diesem stetigen Wandel. Die Übersicht zu erhalten und sich mit den Auswirkungen auseinanderzusetzen, verlangt nach zuverlässiger Information. Der Auto Gewerbe Verband Schweiz hat sich daher zum Ziel gesetzt, seinen Mitgliedern laufend die Entwicklungen in der Technologie, bei den Prozessen in den Garagen oder in der Marktentwicklung aufzuzeigen. Er tut dies laufend mittels den AGVS-Medien AUTOINSIDE und AGVS-Online sowie am «Tag der Schweizer Garagisten».

Diese Informationsplattformen gewinnen stetig an Zuspruch. An der diesjährigen Tagung mit dem Schwerpunktthema «Mission Mobilität. Die Rolle des Garagisten: was ändert und was bleibt» treffen sich 800 Teilnehmer. So viele wie nie zuvor. Die Besuche auf den Websites agvs-upsa.ch, autoberufe.ch und autoenergiecheck.ch nehmen rasant zu. Die Newsletter und weitere nützliche Informationen aus dem Garagen-, Auto-, Nutzfahrzeug- und Zulieferbereich wie auch aus der Politik und den Sektionen werden online immer mehr nachgefragt. Und das Fachmagazin AUTOINSIDE ist beliebt: Rund 90 Prozent der Leserinnen



«Gemeinsam können wir das Autogewerbe erfolgreicher in der Spur halten. Gemeinsam sind wir stärker.»

und Leser sind sehr zufrieden mit den Inhalten und der Aufmachung. Keiner der über 500 befragten Garagisten möchte darauf verzichten.

In dieser stetig steigenden Beliebtheit der AGVS-Informationsplattformen erkennen wir, und das freut uns besonders, dass sich die Garagisten bei ihrem Verband informieren, um sich besser auf die Veränderungen vorzubereiten zu können. Dies ist zugleich Ansporn, die Informationen weiter zu verbessern, um dazu beizutragen, unsere Mitglieder bei der Wahrnehmung der unternehmerischen Herausforderungen gut voranzubringen.

Gemeinsam können wir das Autogewerbe erfolgreicher in der Spur halten. Gemeinsam sind wir stärker. Dieses gute Gefühl kennen wir von unzähligen Veranstaltungen, an denen sich die Branche trifft – sei es in den Sektionen, bei regionalen Sitzungen, bei Treffen im Mobilcity oder bei Branchenfreunden. Diese positive Wirkung der Zusammengehörigkeit wird auch am «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 zu spüren sein.

Gemeinsam stehen wir am Beginn eines interessanten Jahres. Ich wünsche Ihnen viel Erfolg und alles Gute.

Herzliche Grüsse

Urs Wernli
Zentralpräsident

Alles für coolen Schutz.



CHEMUWA



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



Strahlende Sieger: Eligio Catarinella von Alfa Romeo und Opel-Chef Karl Howkins.

Der Opel Ampera-e ist das Schweizer Auto des Jahres 2018

Eine Fachjury, bestehend aus den Rennprofis **Nico Müller**, **Marc Surer** und **Rahel Frey** sowie Fachjournalisten, hat den Opel Ampera-e zum Schweizer Auto des Jahres 2018 gewählt. Gute Alltagsqualitäten sowie über 500 km Reichweite sprachen für den Elektroflitzer. Den Titel «Lieblingsauto der Schweizer 2018», der in einer Publikumswahl vergeben wurde, trägt der Alfa Romeo Stelvio. **Rainer Maria Salzgeber** führte im Classic Center Schweiz in Safenwil vor mehr als 250 Gästen aus der Autobranche und vielen Promis durch den Abend. Die Wahl wurde von der

Schweizer Illustrierten mit ihren Partnern Autoscout24, Blick, Sonntagsblick, L'illustré und Il caffè durchgeführt.

Umstiegsprämien befeuern deutschen Automarkt

Der deutsche Automarkt ist im November deutlich stärker gewachsen als im Jahresverlauf. Das Kraftfahrt-Bundesamt registrierte 302 636 Neuzulassungen und damit 9,4 Prozent mehr als im November 2016. Haupttreiber des Wachstums waren private Autokäufer. **Peter Fuss**, Partner der Beratung Ernst & Young, führt das gestiegene Interesse unter anderem auf die Umstiegsprämien zahlreicher

Importeure und Hersteller für Euro-1- bis Euro-4-Diesel zurück: «Die Konjunktur brummt, die Beschäftigung liegt auf Rekordniveau, Finanzierungen sind extrem günstig zu haben. Und schliesslich kurbeln hohe Rabatte und die Umstiegsprämien für alte Dieselfahrzeuge die Nachfrage an.»

Wechsel in der PK Mobil

Seit dem 1. Januar 2018 ist **Nicolas Leuba** (AGVS) Präsident



Rolf Frehner und Nicolas Leuba (r.).

der Versicherungskommission der PK Mobil. Der Arbeitgebervertreter folgt auf den Arbeitnehmervertreter **Rolf Frehner** (Unia), der seinerseits den Posten des Vizepräsidenten übernommen hat. Dieser Wechsel nach zwei Jahren erfolgt gemäss den reglementarischen Bestimmungen.

Neuer Porsche-Chef

Führungswechsel bei Porsche Schweiz: **Michael Glinski** hat per 1. Januar die Leitung der Vertriebsgesellschaft in Rotkreuz übernommen. Er folgt auf **Stephan Altrichter**, der den Markt seit 2010 für den Sportwagenhersteller verantwortet hatte und das



Michael Glinski.

Unternehmen verlässt. **Michael Glinski** fungierte bei Porsche in den vergangenen sechs Jahren als Leiter Region Westeuropa.

PSA: Fanny Cabanes neue Leiterin PR, Events, Sponsoring

Seit Dezember ist **Fanny Cabanes** Leiterin der Abteilung Public Relation, Event, Sponsoring bei PSA für die Marken Peugeot, Citroën und



Fanny Cabanes.

DS Automobiles in der Schweiz. **Mickael Bérend** hat das Unternehmen am 31. Dezember 2017 verlassen, er möchte sich beruflich neu orientieren. **Fanny Cabanes** ist 30, kommt aus Frankreich und arbeitet seit knapp sieben Jahren in der PSA Gruppe. Sie war bereits in mehreren Funktionen für die Marken Citroën und Peugeot



Ex-Miss-Schweiz Dominique Rinderknecht und Moderator Rainer Maria Salzgeber.

Unternehmerische Freiheit

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

tätig, so auch als Verkaufs-koordinatorin und Gebiets-leiterin Verkauf. Bis vor Kurzem war sie Leiterin Netzent-wicklung für die Marke Peugeot.

Barrierefreie Mobilität: Europcar erweitert Flotte

Seit 2015 bietet Europcar in Zusammenarbeit mit der Stiftung Cerebral rollstuhl-geeignete VW Caddy Maxi an. Diese Mietwagenflotte wird ab April 2018 um den Fahrzeugtyp VW Crafter erweitert. An der Swiss Handicap Messe vom 1. und 2. Dezember 2017 in Luzern waren die beiden Fahrzeuge ausgestellt. Der neue Fahrzeugtyp fasst neben einem Fahrer fünf Begleit-personen sowie zwei Personen im Rollstuhl. Alle rollstuhl-geeigneten Fahrzeuge wurden in Kooperation mit der Stiftung Cerebral umgebaut und auf die entsprechenden Bedürf-nisse und für eine sichere Beförderung von Menschen im Rollstuhl angepasst. Dank der Mitfinanzierung der Stiftung Cerebral sind diese Fahrzeuge für Kundinnen und Kunden in der gleichen Preisklasse wie andere Mietautos.



Mobilität für Menschen im Rollstuhl: Der neue VW Crafter von Europcar.

ZF: Franz-Josef Paefgen ersetzt Giorgio Behr

Der Aufsichtsrat der ZF Friedrichshafen AG hat an einer ausserordentlichen Sitzung am 4. Dezember 2017 **Franz-Josef Paefgen** zum neuen Vorsitzenden des ZF-Aufsichtsrats gewählt. Er folgt auf **Giorgio Behr**. Paefgen gehört dem Gremium seit 2008 an. «ZF hat die Herausforderungen der Automobilindustrie mit einer Langfriststrategie erfolgreich angenommen und in den vergangenen Jahren eine hervorragende Entwicklung genommen. Diesen Kurs wollen wir fortsetzen», sagt Paefgen.

Für 10 Millionen: Fan ersteigert Schumis Ferrari

Ein Ferrari, mit dem **Michael Schumacher** im Jahr 2001 in der Formel-1-Weltmeisterschaft gefahren war, wurde für umgerechnet knapp zehn Millionen Franken versteigert. Der voll fahrtüchtige Rennwagen stand anlässlich einer Versteigerung von Sotheby's in New York zum Verkauf. Im Vorfeld des Bieter-wettstreits gingen Experten davon aus, dass der Bolide



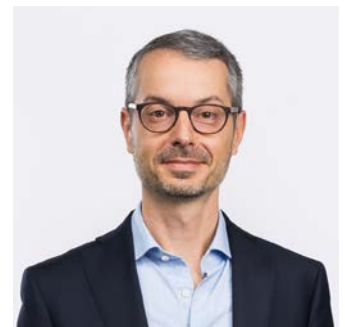
Im Ferrari F2001 wurde Michael Schumacher 2001 Formel-1-Weltmeister. (Foto: Auto-Medienportal.Net/Sothebys)

zwischen vier und fünf Millionen Franken einbringt. Weil sich aber gleich acht Interessenten gegenseitig im Preis hoch-pushten, fiel der Hammer erst bei zehn Millionen. Der neue Besitzer hat die Möglichkeit, im Rahmen des Ferrari-Kunden-programms sein Fahrzeug auf allen Rennstrecken der Welt zu fahren – mit Unterstützung der Mechaniker und Techniker von Ferrari. Befeuert wird der rote Renner von einem Zehnzylinder-motor mit drei Litern Hubraum, der auf über 18000 Touren hoch-dreht und etwa 900 PS stark ist.

Francesco Vass übernimmt die Leitung von ricardo.ch...

Francesco Vass (43) ist seit 1. Januar 2018 neuer CEO von ricardo.ch. Er war zuvor für tutti.ch tätig. Unter seiner Leitung hat sich tutti.ch als führende Kleinanzeigenplatt-form der Schweiz etabliert. Zuvor hatte der gebürtige Tessiner als Vice President, Marketing & Content ge-meinsam mit den Gründern den TV-Streamingdienst Zattoo aufgebaut. Er arbeitete unter

anderem auch als Berater bei der McKinsey & Company. Vass übernimmt die Leitung von **Bodo Kipper**, der diese aus privaten Gründen abgegeben hat.



Francesco Vass.

... Dejan Dojcinovic wird sein Nachfolger

Für **Francesco Vass** hat **Dejan Dojcinovic** die Leitung von tutti.ch übernommen. Dejan Dojcinovic ist bereits seit 2013 für tutti.ch tätig und war zuletzt als Chief Revenue Officer verantwortlich für die Monetarisierung und das Um-satzwachstum der Plattform. Ricardo.ch und tutti.ch gehören zur Schweizer Mediengruppe Tamedia.

le GARAGE,
das partnerschaftliche
Garagenkonzept Ihrer ESA



le GARAGE

Die Marke Ihrer Wahl



Christoph Enderli, Fleetmanager Seat, Fabio Ruffino, Leiter Fleetmanagement Building Technologie Schweiz AG, Nicola Faigle, Fleetmanagerin Siemens Schweiz AG, und Tobias Rohrer, Key Account Manager Amag Corporate Fleet Sales.

Siemens fährt auf den Seat Leon ST Kombi ab

Vor Kurzem durften die ersten Aussendienstmitarbeiter von Siemens ihren neuen Dienstwagen, den Seat Leon ST Kombi, übernehmen. Bis im Juli 2018 werden über 300 weitere Einsatzwagen folgen. Die Auslieferung sowie die Wartung wird im Seat-Händlernetz in der gesamten Schweiz erfolgen. Seat konnte sich in der Ausschreibung gegenüber zahlreichen Mitbewerbern durchsetzen. **Ferran Andreu**, Verkaufsleiter Seat: «Seat ist im Aufwind. Nicht nur im Privatkunden-, sondern auch im Flottenbereich. Siemens als Flottenkunde gewonnen zu haben, bestärkt uns in unserer Wachstumsstrategie.»

André Wirth übernimmt bei der Swiss Remarketing AG

Die Swiss Remarketing AG regelt die Führungsnachfolge: **André Wirth**, seit Juni 2016 als Chief Operating Officer und Mitglied der Geschäftsleitung bei Swiss Remarketing tätig, hat per 1. Januar 2018 die operative Leitung als neuer CEO vom Firmengründer **Michel**



André Wirth.

Sautter übernommen. Dieser konzentriert sich künftig auf das Präsidium des Verwaltungsrats und wird weiterhin für ausgewählte Spezialprojekte zuständig sein. Swiss Remarketing ist der führende Schweizer Dienstleister für den gesamten Lebenszyklus von IT-Hardware.

Kantonspolizei Waadt mit Skoda Kodiaq auf Patrouille

Ab sofort führt die Verkehrspolizei des Kantons Waadt ihre Patrouillenfahrten mit dem Skoda Kodiaq durch. Die ersten drei vollausgerüsteten Kodiaq-Streifenwagen wurden den Vertretern der Police Cantonale Vaudoise im neuen Kodiaq Showroom der Amag Lausanne vor Kurzem übergeben. In den kommenden Wochen übernimmt die Waadtländer Kantonspolizei weitere der insgesamt neun

für den Polizeieinsatz vorgesehenen Skoda Kodiaq.

Neue Markenchefin bei Derendinger

Per 1. Januar übernahm **Maja Kaufmann** die Position der Markenchefin bei der Derendinger AG. Die eidgenössisch diplomierte Marketingleiterin ist seit mehr als 15 Jahren in der Autobranche tätig. 2012 stiess sie von Volvo als Leiterin Marketing Kommunikation zur Derendinger. Von April 2016 bis Ende 2017 war sie als Leiterin Online-Marketing bei der SAG Services AG tätig. Dort war sie unter anderem am Redesign der SAG-Websites beteiligt.



Täglich aktuelle News:
www.agvs-upsa.ch



Die ersten drei Kodiaq-Streifenwagen der Kantonspolizei Waadt.



Recht haben und auch Recht bekommen.

Für Ihr Unternehmen und privat zuhause oder unterwegs: Die Protekta Rechtsschutz-Versicherung AG bietet AGVS-Mitgliedern einen umfassenden Rechtsschutz mit 20% Rabatt.

Neu: Privat-Rechtsschutz Plus. Dieses Angebot bietet Deckung bei Streitigkeiten in bisher nicht versicherbaren Rechtsgebieten, wie beispielsweise dem Steuerrecht oder dem Inkasso-Rechtsschutz.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an Ihren AGVS-Zonenleiter oder direkt an die Protekta: 031 389 85 85 / offerten@protekta.ch

Protekta

Restwertprognosen

Unsere Kunden sollen Geld verdienen, nicht verlieren

Aktuelle und zuverlässige Daten sind heute eine der wichtigsten Geschäftsgrundlagen im Autogewerbe. Dahinter steckt weniger ein ausgeklügeltes Marketing, noch ein Image, das mehr verspricht, als es hält, sondern Vertrauen, das mit harter Arbeit verdient werden muss.



Mit dem eigenen Diesel-Monitor legt auto-i-dat ag den Fokus auf einen Markt, der in letzter Zeit in Bewegung geraten ist.

■ pd. Vertrauen ist die zentrale Währung im Geschäftsprozess und das unabdingbare Fundament nachhaltiger Geschäfte. Darauf stützt der Garagist sein Geschäftsmodell ab – und zwar auf zwei Seiten: Ohne das Vertrauen seiner Kunden verliert er die Basis seines Erwerbs. Gleichzeitig muss er selber vertrauen – seinen Geschäftspartnern und Lieferanten. Wie stark dieses Vertrauen sein muss, lässt sich einfach am Beispiel von Restwertprognosen illustrieren.

Seriöse Marktbeobachtung ist zentral

Als im Juli dieses Jahres die Diesel-Thematik in Deutschland hochzukochen begann, ging man in der Schweiz noch davon aus, dass das keine Auswirkungen auf den heimischen Markt haben würde. Warum auch – bei uns waren, anders als in Deutschland, Fahrverbote in bestimmten Städten kein Thema. Doch es kam (leicht) anders: Die Hysterie nahm zwischenzeitlich ein Ausmass an, dass man befürchten musste, das Ende des Verbrennungsmotors überhaupt stehe kurz bevor. In einer solchen Situation muss der Händler, der Dieselfahrzeuge als

Neuwagen und Occasionen verkauft, möglichst rasch und verlässlich wissen, wie sich die Preise entwickeln. Bei Neuwagen geht es dabei primär um die Entwicklung der Restwerte, denn ohne seriöse Marktbeobachtung können Restwerterwartungen nicht erfüllt werden. Hier handelt es sich um klassisches Risikomanagement. Unsere Mission ist deshalb, dass unsere Kunden dank unseren Daten Geld verdienen – und nicht verlieren.

Diesel Task-Force eingesetzt

Auto-i-dat hat darauf rasch reagiert und intern eine «Diesel-Task-Force» eingesetzt, die sich um zwei Punkte zu kümmern hatte. Erstens sofort festzustellen, welche Auswirkungen die Entwicklung auf die künftige Nachfrage und damit auf die Preisgestaltung hat und ab wann diese angepasst werden muss. Und zweitens ein Diesel-Monitoring einzurichten, das wir künftig quartalsweise publizieren, um dieser Antriebskategorie besondere Aufmerksamkeit zu widmen. Damit bedienen wir künftig nicht nur unsere Kunden, sondern den ganzen Markt und die Medien. Es ist unser Beitrag zur Versach-

lichung der Diskussion, weil Schlagzeilen wie «Der Verkauf von Dieselaautos bricht ein» nur noch mehr Unruhe in den Markt bringen, als ohnehin schon herrscht. Und das vor allem dann, wenn von einer «Krise» nicht gesprochen werden kann. Als langjähriger und zuverlässiger Partner der Schweizer Autobranche und des Autogewerbes nehmen wir damit unseren Teil der Verantwortung wahr. <

auto^[i]

Schweizer Partner für Fahrzeugdaten

Diesel-Reporting abonnieren

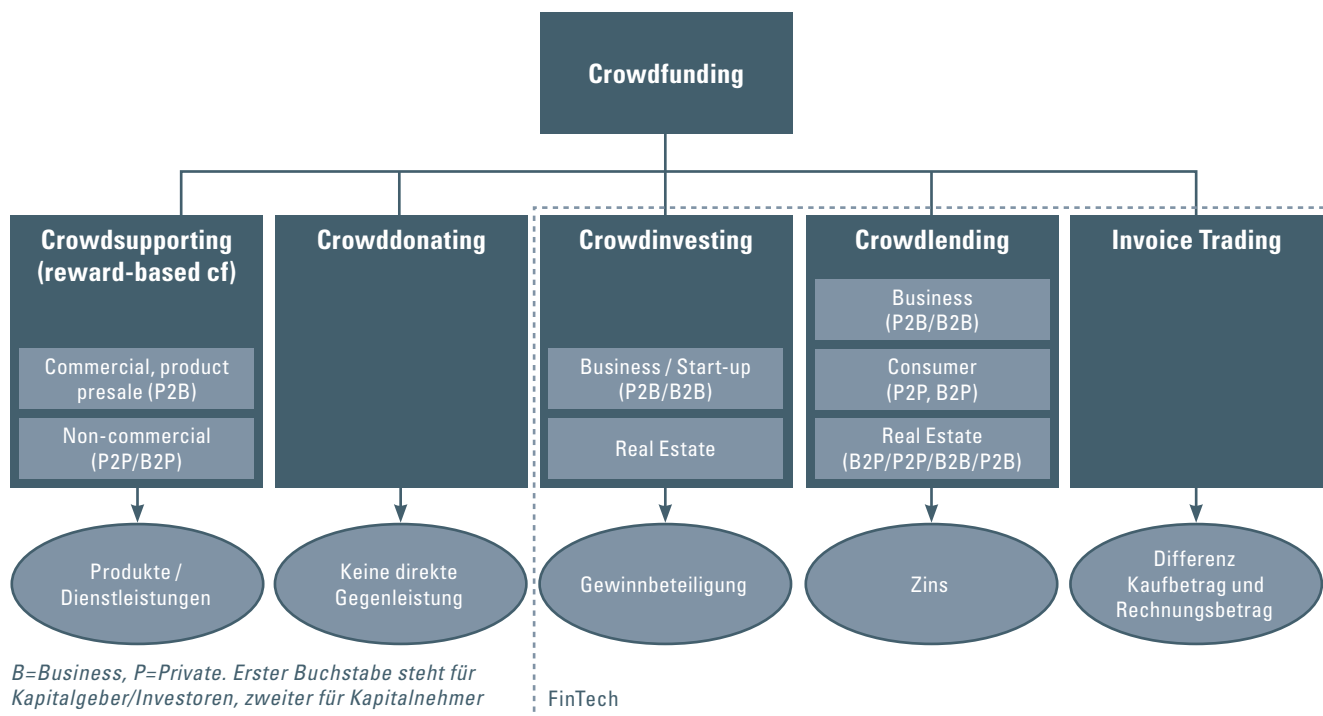
Den aktuellen Diesel-Report finden Sie auf unserer Website www.auto-i-dat.ch. Wenn Sie keine Informationen verpassen möchten, abonnieren Sie am besten unseren Newsletter unter:

www.auto-i-dat.ch/newsletter

Neue Finanzierungsformen

Für den Kredit ins Netz statt zur Bank?

Tiefe Eigenkapitalrenditen auf der Seite der Garagisten, hohe Anforderungen an Bonität sowie gesetzliche Restriktionen auf der Seite der Banken: Viele Garagisten tun sich schwer, an Bankkredite zu kommen. Doch es gibt Alternativen. **Sandro Compagno**, Redaktion



Crowdlending ist eine von fünf Formen des Crowdfunding. Unterschieden werden die Formen vor allem durch ihre Gegenleistung.

■ Online-Plattformen mit Namen wie Cashare, CreditGate24, Lendico oder Swisspeers bewegen sich in einem wachsenden Marktsegment. Sie alle betreiben Crowdlending, das heisst sie unterhalten Plattformen, mit denen sie Geldgeber und Kreditnehmer kurzschliessen. Das Bedürfnis dazu ist vorhanden, das Potenzial gross, denn ertragschwächere Branchen wie das Autogewerbe oder die Gastronomie bekunden zunehmend Mühe, an Bankkredite zu kommen. Gerade für kleine Kreditsummen im fünf- bis tiefen sechsstelligen Bereich sind die Kosten der Banken oft (zu) hoch. Dass die Zinsen aktuell auf einem historischen Tiefstand sind, habe nichts an der Zurückhaltung der Banken geändert, sagt Christian Müller, Präsident der AGVS-Sektion Zürich: «Das hängt auch mit dem Eigenkapital zu-

sammen, das eine Bank halten muss, wenn sie Risikofinanzierungen macht. Die Tragbarkeitsberechnung basiert immer noch auf den traditionellen Werten – fünf Pro-

zent Zins.» Die Folge: Garagisten haben angefangen, nach Alternativen zu suchen.

«Phänomen in den Kinderschuhen»

«Crowdlending ist in unserer digitalisierten Welt und Wirtschaft ein nahe liegendes Phänomen», sagt Prof. Dr. Ruedi Volkart, «das allerdings noch in den Kinderschuhen steckt.» (Siehe Interview Seite 12.) Generell gilt, dass die hiesigen Crowdlending-Plattformen bezüglich Wachstum und Finanzierung durch die im Bankengesetz spezifizierte «20er-Regel» lange Zeit stark eingeschränkt worden sind. Ein Kredit dürfte von höchstens 20 Personen bewilligungsfrei finanziert werden. Erst am 1. August 2017 hob der Bundesrat diese Restriktion für KMU-Kredite auf, was dem Crowdlending-Markt zu weiterem Wachstum verhelfen wird. Experten schätzen, dass

Definitionen

Der Begriff «Crowdfunding» – definiert als Sammeln von Geldern via Internet für Projekte – lässt sich in mehrere Kategorien unterteilen. Hauptkriterium für die Unterscheidung der verschiedenen Formen ist die Art der Gegenleistung. Diese kann einerseits einen monetären Hintergrund haben: Die Kapitalgeber erhalten hierbei eine Beteiligung am Unternehmen, beziehungsweise partizipieren am Unternehmenserfolg (Crowdinvesting), oder erhalten einen Zinsertrag (Crowdlending) für das zur Verfügung gestellte Kapital. Des Weiteren wird häufig das Invoice Trading dem Crowdfunding zugerechnet. Dabei werden offene Rechnungen verkauft.

der Schweizer Markt 2017 auf 150 bis 200 Millionen Franken wächst.

Die Banken setzen auf persönliche Kontakte

Bereits sind die ersten Banken auf den neuen Trend aufgesprungen: So hat sich PostFinance an Lendico beteiligt. Und die Luzerner Kantonalbank betreibt die Plattform Funders,

Andere beobachten die Entwicklung mit Interesse, aber auch Gelassenheit. «Die neuen digitalen Möglichkeiten punkten mit Flexibilität und Abwicklungsgeschwindigkeit. Ein neues Angebot bieten sie jedoch nicht – im Gegenteil, insbesondere beratungsaufwendige Finanzierungen profitieren bisher kaum von den Möglichkeiten der FinTech-Anbieter», heisst es seitens der

Zürcher Kantonalbank. «Wir machen die Erfahrung, dass gerade im KMU-Bereich der Kunde seinen Berater noch persönlich kennen und von einer für seine Bedürfnisse massgeschneiderten Lösung profitieren will.»

Auch Louis Grosjean, Leiter Segmentsmanagement Firmenkunden bei Raiffeisen, unterstreicht den Faktor Beratung: «Was wird mit der Finanzierung angestrebt? Welche Teile der Wertschöpfungskette sollen finanziert werden? Wie ist der Finanzierungshorizont? Welche Sicherheiten sind geeignet, das Risiko und damit das Pricing zu reduzieren? Solche Fragen müssen im Gespräch zwischen Unternehmer und Bankberater diskutiert und beantwortet werden. Dazu gehört auch das Vertrauensverhältnis, das in Finanzierungsfragen zentral ist.» Dass die Konditionen auf diesen

Crowdlending-Plattformen günstiger seien als bei den Banken, stellen beide Institute infrage. Louis Grosjean: «Schliesslich ist beim Pricing nicht nur der Zins, sondern auch die Kreditkommission ein wichtiger Faktor – gerade in Zeiten tiefer Zinsen. Hier operieren die Online-Plattformen sehr unterschiedlich und verlangen eine Kommission, die in einigen Fällen 2, 3 oder gar fünf Prozent der Kreditsumme ausmachen kann. Das kann durchaus zu einer höheren finanziellen Gesamtbelastung für das nachfragende Unternehmen führen.»

Keine falschen Hoffnungen

Und natürlich kommt auch auf den Crowdlending-Plattformen nicht jeder zu Geld. Ohne ausreichende Bonität und einen klaren Businessplan gibt es auch auf alternativem Weg keine Finanzierung. Der Schweizer Pionier Cashare beispielsweise prüft die Kreditanträge über eine spezielle Software. Bei Cashare bestehen nur rund zehn Prozent der Antragsteller die Prüfung, sagt Gründer Michael Borter. Wer es aber auf die Plattform schafft, hat gute Chancen, einen Kredit zu erhalten. Die Ausfallrate liege bei bloss einem Prozent. «Es ist auch in unserem Interesse, dass wir möglichst wenige Ausfälle haben.» <



2017 waren in der Schweiz rund 50 Crowdfunding-Plattformen aktiv.

Crowdfunding Monitoring Schweiz 2017

Die Hochschule Luzern untersucht die Entwicklung der Kreditplattformen in der Schweiz jährlich. Im Jahr 2015 wurden national lediglich rund 7,9 Millionen Franken über solche Plattformen vermittelt. Im Jahr 2016 waren es bereits 55,1 Millionen Franken. «Der grösste Teil dieses Wachstums wurde durch Kredite an KMU generiert», stellen die Verfasser der Studie «Crowdfunding Monitoring Schweiz 2017» fest.

Die prozentuale Steigerung von 2015 auf 2016 betrug stolze 600 Prozent. Relativ ein enormer Wert, in absoluten Zahlen noch ein Nischenphänomen. Zum Vergleich: Der Markt für KMU-Unternehmenskredite von Banken in der Schweiz hatte per Ende 2016 ein Volumen von 295 Milliarden Franken. Im Bereich Crowdlending respektive Crowdfunding sind China und der angelsächsische Bereich führend. Der gesamte Crowdfunding-Markt in China umfasste 2015 umgerechnet knapp 97,8 Milliarden Franken, in den USA betrug dieser Wert 34,8 Milliarden, in Grossbritannien 4,7 Milliarden Franken.

Interview mit Prof. Dr. Rudolf Volkart

«Crowdlending wird in den nächsten

Die Banken knausern, doch im Schatten der grossen Geldhäuser gedeihen Online-Plattformen, die Investoren und Kreditnehmer zusammenbringen. AUTOINSIDE sprach mit Professor Rudolf Volkart, langjähriger Direktor des Swiss Banking Institute der Universität Zürich, über Chancen und Risiken des Phänomens Crowdlending. **Sandro Compagno**, Redaktion



Rudolf Volkart machte das das Swiss Banking Institute der Universität Zürich zu einem der führenden Finance-Kompetenzzentren in Europa.

■ **Herr Professor Volkart, die Banken sitzen auf viel Geld, die Zinsen sind tief, und trotzdem klagen viele Garagisten über Probleme bei der Finanzierung von Investitionen. Warum knausern die Banken?**

Prof. em Dr. Rudolf Volkart: Die Kreditvergabe an kleinere KMU und Kleinbetriebe erlaubt nicht ohne weiteres ausreichende Margen – es sei denn, die Bank betreibt ein extrem effizientes Kreditmanagement. Dies akzentuiert sich noch in einer Tief- und Tiefst-Zinsphase, wo aus Bankensicht risikogerechte Zinsen vom Gewerbetreibenden kaum mehr akzeptiert würden. Umgekehrt ist in der Schweiz seit einiger Zeit zu beobachten, wie verschiedene Retailbanken das Firmenkundengeschäft, das namentlich die in der Schweiz dominierenden KMU betrifft, recht eigentlich wiederentdeckt haben. Allerdings stehen dem auch Gegen Tendenzen

gegenüber. Die Banken müssen gemäss der Bankenregulierung «Basel III» den Krediten zusätzliche Eigenmittel unterlegen, was zumindest zu einer Verteuerung der Kredite führt.

«Die Gewerbetreibenden würden risikogerechte Zinsen kaum mehr akzeptieren.»

In den letzten Jahren sind verschiedene Online-Plattformen entstanden, die mit sogenanntem Crowdlending auch Geschäftskredite für KMU anbieten. Grundsätzlich: Was halten Sie als ehemaliger Direktor des Swiss Banking Institute der Universität Zürich von Crowdlending?

Crowdlending ist zunächst einmal eine Erweiterung der Finanzintermediations-

landschaft. Persönlich würde ich als kredit-suchender gewerblicher Unternehmer indessen immer noch in erster Linie eine mir zusagende Bank adressieren, im Idealfall als Element einer umfassend guten Bankbeziehung. Viel hängt dabei natürlich von einem fairen, kundenfreundlichen Verhalten des Bankenpartners ab.

Sind diese Plattformen im Bereich KMU-Finanzierung eine Konkurrenz für Geschäftsbanken oder vielmehr eine Ergänzung?

In einem ersten Schritt lassen sich diese Plattformen hierzulande wohl als – anteilmässig noch relativ unbedeutende – Konkurrenz für Retailbanken sehen. Wie sich die Stellung der Banken in der digitalen Welt weiterentwickeln wird, ist eine komplexe und noch weitgehend offene Frage. Banken können sich selbst direkt in Plattformen

Jahren stark wachsen»

involvieren oder aber auch Kooperationen verschiedenster Art eingehen. Konkrete Ansätze dazu existieren bankenseitig bereits. Auch Übernahmen sind jederzeit denkbar. Bei einzelnen Banken ist man unter anderem daran, die Kreditprozesse im Bereich kleiner KMU radikal zu vereinfachen und wo möglich zu automatisieren, um ein profitables Kreditgeschäft auch mit kleinen gewerblichen Kunden und bei kleinen Kreditsummen zu erreichen. So gesehen würde ich derzeit eher von einer Ergänzung sprechen.

Wieso können solche Plattformen bessere Konditionen anbieten als die etablierten Banken?

Ich denke nicht, dass man das so pauschal sagen kann. Und wenn es denn so ist – wie das einzelne Plattformen auf ihrer Website bewerben –, dann würden über Plattformen sich engagierende Geldgeber wohl angesichts der eingegangenen Risiken unter Umständen nicht wirklich rentable, das heisst auch wertgenerierende Investments tätigen. Die Aussage hängt zudem davon ab, mit welchen Bankangeboten konkret verglichen wird. So gibt es ja auch im klassischen Kreditgeschäft Situationen, wo verschiedene Banken stark unterschiedliche Konditionen offerieren, abhängig von der kreditpolitischen Situation der einzelnen Bank. Weiter kommt dazu, dass wir uns nun seit mehreren Jahren in einer überaus speziellen Zinslandschaft bewegen, die überhaupt nicht mehr einer Normalsituation gleichkommt. Man denke hier nur an die zuweilen krampfhaftige Suche nach Rendite von anlagesuchenden Geldgebern. Und schliesslich hat die Grösse und Marktdurchdringung einer Plattform wesentlich Einfluss auf die gestellte Frage, indem die hier anfallenden betrieblichen Kosten mit Skaleneffekten aufgefangen werden müssen. Allerdings haben Plattformen insofern Kostenvorteile, als die Banken laufend steigende Compliance-Kosten sowie die Kapitalkosten der Eigenmittelunterlegung zu tragen haben.

Welches Potenzial sehen Sie in diesen Plattformen?

Ich rechne in den nächsten Jahren mit

erheblichen prozentualen Wachstumsraten. Dies schlicht auch deshalb, weil wir uns ja mit den aktuell umgesetzten absoluten Beträgen in einer Anfangssituation befinden. Längerfristig steht für mich nicht mehr diese singuläre Frage im Raum, sondern vielmehr, wie sich die Finanzintermediation in einem Industrieland insgesamt wandeln wird. Dass dabei digitale Prozesse eine zentrale Rolle spielen, steht ausser Frage; man denke hier nur etwa an Kryptowährungen oder an das Phänomen der Blockchain. Eine gewisse Beschränkung stellt für die Crowdfunding-Plattformen die Bankenregulierung dar. So können in der Schweiz derzeit nicht beliebig viele Geldgeber an einem einzelnen KMU-Kreditgeschäft teilhaben, ohne dass gegen die bankengesetzlichen Vorschriften verstossen würde. Ganz persönlich scheinen mir hierzulande derzeit die Formen des Crowdfunding (Eigenkapitalvermittlung) und Crowdsupporting (Projektfinanzierung) intuitiv und auch faktisch attraktivere Crowdfunding-Spielarten zu sein, dies insbesondere im Bereich der immer wichtiger werdenden Start-up-Finanzierungen.

«Digitale Passivität von Unternehmen dürfte über kurz oder lang deren Ausscheiden bedeuten.»

Und wo liegen die Risiken und Gefahren?

Was die Finanzsysteme als Ganzes betrifft, ist die Frage noch schwer zu beantworten. Seitens der Marktteilnehmer ist auf die durch die Geldgeber eingegangenen Risiken zu achten. Hier wird aber mit zunehmendem Engagement kompetenter Marktteilnehmer, z. B. institutionelle Investoren, eine gewisse Stabilität gewährleistet sein. Und die Kreditnehmer müssen sich überlegen, inwieweit eine Kreditinanspruchnahme über Plattformen die Beziehungen zu den für ein Unternehmen wichtigen Banken verändern wird und mit zukünftigen Anschlussfinanzierungen gerechnet werden kann. Weiter stellt sich

die Frage, ob es neu aufgebaute Plattformen schaffen, auf ein profitables Geschäftsvolumen zu kommen und wie sich die Bedürfnislage bei KMU im Verlauf der Zeit entwickeln wird. Die qualitative und damit auch menschliche Seite einer Kreditbeziehung dürfte meines Erachtens auch künftig ein zentral wichtiges Element darstellen.

Diese Anbieter operieren alle im Internet: Erleben wir gerade im Banking dieselbe Revolution, die den Handel bedroht?

Freie Marktwirtschaft ist eine manchmal brutale Wirtschaftsform, in der auch immer wieder «schöpferische Zerstörungsprozesse» auftreten. Dies trifft derzeit ja gerade für den angesprochenen Handel zu, wo die fortschreitende Digitalisierung die Landschaft tiefgreifend verändert. Ähnliches lässt sich wohl auch für den Finanzsektor erwarten, aber entscheidend wird sein, wie die einzelnen Marktakteure mit den Veränderungen und den neuen digitalen Möglichkeiten umzugehen wissen. Vielleicht ist die Digitalisierung bei Privaten mit Blick auf ihre finanziellen Bedürfnisse noch zu wenig angekommen. Die Geschäftsbanken sehe ich auf jeden Fall als an den Entwicklungsprozessen aktiv teilnehmende Akteure. Digitale Passivität von Unternehmen dürfte über kurz oder lang deren Ausscheiden bedeuten. Demgegenüber werden bei sich erfolgreich transformierenden Finanzinstituten auch ganz neue Chancen und Möglichkeiten eröffnen. <

Zur Person

Prof. em. Dr. Rudolf Volkart war langjähriger Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und Direktor des Swiss Banking Institute der Universität Zürich. Heute ist er als Senior Partner für das Finanzberatungsunternehmen IFBC AG in Zürich tätig.



Weitere Infos unter:
www.ifbc.ch

Atelier de la Concurrence

«Der nächste Fussboden kommt bestimmt»

Die Wirtschaft funktioniert simpel: Bei einer Fehlinvestition trägt das Unternehmen das Risiko. Im Autogewerbe ist dies aber nicht ganz so einfach – die Importeure geben bei Investitionen, gerade bei baulichen oder technischen Standards, den Ton an. Die Garagisten müssen mitziehen, um ihre Markenverträge zu erfüllen. Ein schwieriges Thema, das am Atelier de la Concurrence vom 12. Dezember in Bern kritisch beleuchtet wurde. **Tatjana Kistler**, Redaktion

■ So viel vorweg: Das Thema Investitionsschutz bei Grossanschaffungen fliegt im Arbeitsalltag oft unter dem Radar, ist aber ein heisses Eisen. Ein Beispiel: Eine Automarke wechselt alle sieben Jahre ihre Corporate Identity. Neue Aussensignalisierungen, Bodenbeläge, Möblierung, Verkäuferarbeitsplätze, Farbgestaltung, Briefschaften sind die Folge – das Autohaus muss mitziehen und tief ins Portemonnaie greifen. «Vorbei sind die Zeiten, in denen ich einen neuen Fussboden in 40 Jahren abschreiben konnte, das muss in sieben Jahren gemacht werden. Denn der nächste Fussboden kommt bestimmt», dachte Christoph Keigel von der Garage Keigel AG

mit Standorten in Füllinsdorf, Frenkendorf, Basel, Oberwil und Zwingen laut.

Den Praxiserfahrungen des Präsidenten des Renault-/Dacia-Händlerverbands der Schweiz wurde mit Spannung, Empathie, aber durchaus auch mit Unmut gelauscht. Denn das zugrunde liegende Problem ist allen bekannt. «Wenn einem Generaldirektor eines Autoherstellers meine Nase nicht mehr passt, findet er im Händlervertrag bestimmt eine Klausel, ein Schlupfloch, um mich von heute auf morgen loszuwerden», erklärte Keigel die Notwendigkeit eines guten, symbiotischen Verhältnisses mit der Marke.

Chancen im Recht

«Ausserdem häufen sich die Kontrollen. Wir sind hinsichtlich der aufdiktierten Investitionen nicht nur auf Liquidität, sondern in der Rolle als Arbeitsgeber mit Verantwortung auch auf Planbarkeit und Sicherheit angewiesen. Die Situation bereitet uns Bauchschmerzen», so ein Garagist en passant.

Anlass für diesen Erfahrungsaustausch bot das XXVI. Atelier de la Concurrence der Zürcher Hochschule für Wissenschaft (ZHAW), genauer der School of Management and Law, die mit Prof. Dr. Patrick Krauskopf im Hotel Schweizerhof in Bern durchgeführt wurde. An der Tagung wurde diskutiert, wel-



Im Gespräch mit dem Publikum: (v.l.) Prof. Dr. Roger Zäch (ehemaliger Vizepräsident Weko), Christoph Keigel (Garage Keigel AG, Präsident des Renault-/Dacia-Händlerverbands Schweiz), Prof. Dr. iur. Patrick L. Krauskopf (ZHAW), AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli und Alexander Koprivnikar (Bundeswettbewerbsbehörde Österreich). (Bild ZHAW)

che rechtlichen Möglichkeiten Garagisten gegenüber den übermächtigen Importeuren haben – und welche Grenzen praktisch und rechtlich bestehen.

Kritische Untersuchung für den AGVS

Die ZHAW untersucht im Auftrag des AGVS seit 2009 den Automobilmarkt, die KFZ-Bekanntmachung, die KFZ-Verträge und die Nutzung von Kundendaten im KFZ-Gewerbe systematisch. Dabei gilt es zunächst über einige Branchenspezialitäten im Klaren zu sein: Das Autogewerbe, namentlich vor allem die Händler und Werkstattbetriebe, stehen in einer besonders starken Abhängigkeit zu den Importeuren. Denn letztere bestimmen weitgehend einseitig über den Inhalt der Händler- und Werkstattverträge.

In diesen Verträgen und ihren Anhängen finden sich vom Hersteller geforderte Verpflichtungen zu teilweise hohen Investitionen: Grossanschaffungen zur Gestaltung des Showrooms, bei der Werkstattausrüstung oder generell zur Erreichung der geforderten technischen Standards. Etwa beim Thema EDV oder Weiterbildung muss der Garagist die herstellerseitigen Vorgaben meist selbst berappen oder einen Kredit aufnehmen. Damit stellt sich dem betroffenen Garagisten auch die Frage, wie und wann die Investitionen amortisiert werden können.



Ein Blick in den Osten

Während die Schweizer Gesetzgebungspraxis rund um Kartell- und Vertragsrecht im Hamsterrad zu drehen scheint, sind in Österreich verschiedene Bestrebungen zur Stärkung der kleineren und mittleren Unternehmen gegenüber marktbeherrschenden Firmen wahrzunehmen. Untersuchungen, die zwar über längere Zeit kritisch und fundiert angestellt wurden, aber nicht in abschliessenden Sachentscheiden gemündet haben, wie Alexander Koprivnikar von der österreichischen Bundeswettbewerbsbehörde in Wien offenlegte. «Die unternommenen Schritte sehen auf den ersten Blick gut aus, doch die Diskussion wird meist auf einem abstrakten Niveau geführt», erklärte er, weshalb er dem Publikum keine Patentlösung präsentieren konnte.

Wettbewerb Ja, Ohnmacht Nein

Dennoch: Das Problem bleibt dasselbe. Wie ist ein Interessenskonflikt in einem Umfeld mit verschiedenen starken Automarken und einer nicht homogenen Händlerstruktur zu beurteilen? Wie wird Marktbeherrschung definiert? Wo beginnt Willkür? Fragen, die eine Einzelfalluntersuchung bedingen. «Und dafür fehlt dort wie hier das Verständnis, wie unsere Branche funktioniert», betonte AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli.

Falsch sei hingegen die von der Politik oft wahrgenommene Jammerhaltung des Automobilgewerbes. «Wir Garagisten sind nicht gegen den Wettbewerb. Wir sind Unternehmer, die Konkurrenz kennen und wünschen, sei es im Handel oder im Werkstattbereich», stellte Urs Wernli bei der abschliessenden Podiumsdiskussion unmissverständlich klar. «Doch die Schweizer Gesetzgebungspraxis ist so, und das sage ich unverblümt, in den kommenden Jahren nicht mehr haltbar.»

Handlungsbedarf ortet auch Prof. em. Dr. Roger Zäch, der ehemalige Vizepräsident der Wettbewerbskommission (Weko), würden doch wegweisende politische Vorstösse auf die lange Bank geschoben und das geltende Kartellrecht genüge nicht in allen Belangen. «Man sagt, dass der Garagist geschützt werden muss. Das ist falsch! Das Kartellgesetz müsste die Mächtigen zähmen», dies das Plädoyer des Juristen. <

Drei Fragen an Urs Wernli

«Es ist viel zu tun»

Unter dem Titel «Der Garagist als freier Unternehmer: Realität oder Wunschenken» unterstrich AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli die Relevanz einer unternehmerischen Weitsicht beim Thema Investitionsschutz.

Herr Wernli, die Marktmacht der Importeure scheint die Garagisten zu erdrücken. Welche Überlegungen müssen sich Garagisten in dieser Abhängigkeit machen?



Urs Wernli

Urs Wernli: Fakt ist, dass das freie Unternehmertum unter Druck gerät. Aus volkswirtschaftlicher und standortpolitischer Sicht ist der Garagist als freier Unternehmer aber

ein zentraler Akteur. Umso wichtiger ist es, sich als Garagist zu positionieren, sich kundennah und bedarfsgerecht zu geben, im Wettbewerb innovativ und effizient zu arbeiten. Um als freier Unternehmer bestehen zu können, gebieten die heutigen Herausforderungen, den Berufsnachwuchs sicherzustellen und sich frühzeitig mit der Nachfolgeregelung auseinanderzusetzen.

Kurzum: Eine existenzbedrohende Entwicklung für Ihre Mitglieder?

Durch die Monopolisierung der Wertschöpfungskette ist die Wettbewerbsfähigkeit in Gefahr. Die AGVS-Mitgliedsbetriebe befinden sich mitten im Umbruch. Sie haben sich vom Verkäufer, Berater, Mechaniker und Reparatuer zum Mobilitätsdienstleister zu wandeln. Dies verlangt Wille zur Weiterbildung, Neupositionierung und nicht zuletzt, den Fokus auf die Stärkung der langfristigen Kundenbeziehung zu legen.

Wo orten Sie Lösungsmöglichkeiten?

Einerseits hat der Staat mit «Smart Regulation» die Weichen zu stellen. Im B2B-Bereich, also im Rahmen der Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen, muss andererseits mit fairen Rahmenbedingungen wettbewerbskonformes Verhalten sichergestellt werden. Schliesslich haben die eidgenössische Wettbewerbskommission und die Gerichte ihre Teile zur Gewährleistung des Rechtsschutzes zu leisten. Es ist also viel zu tun! <

Investitionsschutz

Das KFZ-Gewerbe unter Druck: Die Stärkung des Unternehmertums

Dieser Beitrag widmet sich dem Investitionsschutz im KFZ-Gewerbe, der Thema des XXVI. Atelier de la Concurrence am 12. Dezember 2017 war. Ein Gutachten der ZHAW ergab, dass markenspezifische Investitionen die Abhängigkeit der Garagisten vom Importeur verstärken und zu wenig geschützt sind. Möglichkeiten zum verbesserten Schutz werden dabei für die Schweiz erstmals aufgezeigt. Österreich hat diesbezüglich bereits Vorarbeit geleistet. Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf und Sarah Umbricht, ZHAW School of Management and Law



■ Ausgangslage – das Schweizer Marktumfeld

In der Schweiz stehen mehr als 5000 KFZ-Betriebe ungefähr zwei Dutzend Importeuren gegenüber. Dies führt zu einer marktstrukturellen Abhängigkeit der KFZ-Betriebe gegenüber den Importeuren.

Investitionen im KFZ-Gewerbe

Sowohl der Vertrieb von Neuwagen als

Fakten zur Ausgangslage

In bisherigen Studien hat die ZHAW beim Thema Wettbewerbsförderung durch KFZ-Bekanntmachung folgende Beobachtungen gemacht:

- Die Untersuchung der Preisentwicklung im KFZ-Gewerbe zeigte seit Inkrafttreten der KFZ-Bekanntmachung bis 2015 einen **Wohlfahrtsgewinn von bis zu 319 Mio. Franken** für Konsumenten, die im Gefolge der KFZ-Bekanntmachung erreicht wurde.
- Die Förderung des Mehrmarkenvertriebs hat die **Vertriebskanäle für Fahrzeuge verbreitert** und somit die **Konkurrenz** unter den Händlern **verstärkt**.
- Der Anteil des **Mehrmarkenvertriebs** hat sich auf einem Niveau von ungefähr **35 Prozent** stabilisiert.
- Mehrmarkenunternehmen agieren **effizienter** und ressourcenschonender, das heisst mit geringerem Aufwand und sind damit **volkswirtschaftlich vorteilhafter**.

auch der Betrieb einer Werkstatt setzen markenspezifische Investitionen voraus. In den KFZ-Verträgen inklusive deren Anhängen werden Garagisten zu umfangreichen Investitionen auf eigene Kosten verpflichtet. Markenspezifische Investitionen umfassen zum Beispiel diverse bauliche Massnahmen, CI-Elemente, Innenausstattungen oder Werkstatteinrichtungen.

Verträge

Die KFZ-Verträge, mit welchen die Investitionen ausgelöst werden, sehen auch umfangreiche Kontroll- und Überwachungsmechanismen vor. Es handelt sich um Innominatverträge, die nicht im Gesetz geregelt sind. Je nachdem, wie ausgeprägt die Eingliederung in die Organisation des Importeurs ist, gilt für KFZ-Verträge Auftrags-, Agentur- oder Arbeitsrecht.

Schutzbedürfnis und Schutzrechte

Das Gutachten zeigt, dass die Amortisationsdauer von markenspezifischen Investitionen bei 60 Prozent der Garagisten fünf oder mehr Jahre und bei weiteren 30 Prozent drei bis vier Jahre beträgt. Die Amortisationsdauer übersteigt somit die übliche Kündigungsfrist von zwei Jahren deutlich. Da auch keine anderen Schutzmassnahmen vorgesehen sind, erweist sich der Schutz als ungenü-

gend, teilweise gar existenzgefährdend, falls der Vertrag nach einer grösseren Investition gekündigt wird.

Möglicher Schutz durch Kartellrecht

Die KFZ-Verträge werden vom marktmächtigen Importeur formuliert und schöpfen den vertragsrechtlichen Spielraum zugunsten der Importeure aus. Das Kartellrecht schützt in solchen Fällen Händler und Werkstätten, die vom Importeur abhängig sind, vor sogenannten «unangemessenen Geschäftsbedingungen».

Unangemessene Vertragsklauseln

Ob eine Vertragsklausel, welche die Amortisation einer Investition gefährdet, im kartellrechtlichen Sinne unangemessen ist, zeigt sich durch einen Vergleich mit dem dispositiven Vertragsrecht:

- Grundsätzlich können die Parteien eines Markenvertrags andere Regeln vereinbaren als im dispositiven Auftrags- oder etwa Agenturrecht vorgesehen sind.
- Ist aber eine Vertragspartei marktmächtig, kann eine einseitige Abweichung zugunsten der marktmächtigen Partei «unangemessen» sein und die entsprechende vertragliche Regelung wäre dann ungültig.

Schutzmassnahmen

Um einen angemessenen Schutz zu gewährleisten, wäre eine Kombination von einer Mindestkündigungsfrist mit weiteren Rechten wie Auslagenersatz oder -beteiligung, Schadenersatz oder Sperrfristen für eine Kündigung oder eine Änderung des Vertrags (inklusive Anhänge) angezeigt.

Ein Blick nach Österreich

Während in der Schweiz die Durchsetzung der Schutzrechte von abhängigen Garagisten gegen einen marktmächtigen Importeur noch schwach vorhanden ist, scheint Österreich in dieser Hinsicht voraus zu sein:

Zivilprozesse: Die Gerichte haben die überragende Marktstellung der Importeure anerkannt und festgestellt, dass ein Markenwechsel mit schwerwiegenden betriebswirtschaftlichen Nachteilen verbunden ist. Damit ein Garagist solche Nachteile geltend machen kann, muss er nicht in seiner Existenz bedroht sein; es reicht, wenn er massive Umsatzeinbussen hat oder einen wesentlichen Teil seiner Kundschaft verliert.

Wettbewerbsbehörde: In einem offi-

ziellen Positionspapier hat die österreichische Wettbewerbsbehörde festgehalten, dass die Praktiken der Importeure im Einzelfall missbräuchlich sein können.

Eigenes Gesetz: Mit dem Kraftfahrzeugschutzgesetz (KraSchG) wurden einige Regeln der KFZ-GVO zum Schutz der Garagisten auf Gesetzesebene verbindlich verankert.

Empfehlung für die AGVS-Mitglieder

Es ist dem AGVS zu empfehlen, Zivilgericht

te sowie Wettbewerbsbehörden in Bezug auf die zunehmende Abhängigkeit der Garagisten von Importeuren sowie das entsprechende Schutzbedürfnis der KMU zu sensibilisieren. Das kartellrechtliche Instrumentarium steht streckenweise seit dem Erlass der KFZ-Bekanntmachung. Der Fokus sollte in den kommenden Jahren auf der Rechtsdurchsetzung liegen. <



Weitere Infos unter:
www.agvs-upsa.ch/de/dienstleistungen/recht-und-steuern

So gross ist die Abhängigkeit wirklich

Dr. Patrick L. Krauskopf zeichnet für die vom AGVS in Auftrag gegebene Studie verantwortlich. «Markenspezifische Investitionen des Garagisten sind ungenügend geschützt. Das Kartellrecht und die Weko können hier für faire Rahmenbedingungen sorgen», so der ZHAW-Professor. Seine wichtigsten Erkenntnisse in Kürze. Tatjana Kistler, Redaktion

■ Herr Dr. Krauskopf, inwiefern müssen Garagisten beim Thema Händlervorgaben bei Grossinvestitionen geschützt werden?

Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf: Wir haben wissenschaftlich erhoben, dass markenspezifische Investitionen ungenügend geschützt sind. Die Amortisationsdauer ist deutlich länger als die Mindestkündigungsfrist. Ökonomisch betrachtet, müsste ein hinreichender Schutz eine Kombination von Mindestkündigungsfrist und weiteren Schutzmassnahmen wie Schadloshaltung und Auslagensatz enthalten.

Welches Recht kommt zur Anwendung?

Im Einzelfall können auftrags-, agentur- oder arbeitsrechtliche Normen auf die KFZ-Verträge anwendbar sein. Dies kommt auf den Grad der Abhängigkeit des Garagisten vom Importeur an. Zudem schützt über alle Vertragstypen hinweg das Kartellrecht abhängige Unternehmen vor der einseitigen Auferlegung von unangemessenen Geschäftsbedingungen, worunter auch Vertragsklauseln im Zusammenhang mit markenspezifischen Investitionen fallen können. Was als «unangemessen» und somit kartellrechtswidrig gilt, kann sich durch einen Vergleich mit dem sogenannten dispositiven Vertragsrecht ergeben. Dieses sorgt regelmässig für einen fairen Interessenausgleich zwischen den Vertragsparteien.

Welcher Schutz wird den Garagisten zuteil?

Der Schutz von Investitionen kann durch eine minimale Vertragslaufdauer von beispielsweise fünf Jahren, durch adäquate Kündigungsfristen sowie durch Massnahmen

wie etwa Verwendungs- und Auslagensatz während und nach dem Vertragsverhältnis oder der Schadloshaltung respektive Entschädigung für markenspezifische Investitionen erfolgen. Weitere Kündigungsbedingungen sind zum Beispiel die Pflicht zur Begründung, eine klare Einschränkung möglicher Gründe für die Kündigung des Vertrags, Austrittsbedingungen, Bearbeiten von und Berechtigung an Kundendaten sowie eine angemessene Kundschaftsent-schädigung.

«Gerichte und Behörden müssen das Kartellrecht umsetzen und aktiv werden.»

Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf

Sie halten in Ihrer Studie fest, dass dies aber von der Realität abweicht.

Die Praxis zeigt, dass ein vertraglicher Investitionsschutz – abgesehen von den Regeln der KFZ-Bekanntmachung – nicht ausreichend vorhanden ist. Dafür gibt es verschiedene Gründe. Zum einen sind die Verträge nicht eindeutig einem Vertragstyp zuordenbar. Daher besteht keine Gewissheit, welche vertragsrechtlichen Normen anwendbar wären. Diese Ungewissheit nutzen die Importeure zu ihren Gunsten. Zum anderen sitzt der Importeur regelmässig «am längeren Hebel», das heisst, viele Garagisten sind wirtschaftlich abhängig vom Importeur. Das gibt den Importeuren eine relative Verhandlungsmacht.

Wie kann trotzdem der bestmögliche Schutz angestrebt werden?

Durch die Kombination bestehender Mittel. Das Vertragsrecht enthält verschiedene Schutzelemente, die mit der Kündigungsfrist von mindestens zwei Jahren kombiniert werden können, um einen angemessenen Schutz von markenspezifischen Investitionen zu gewährleisten.

Wohin und wie muss der politische Weg zum Wohl der Garagisten gelenkt werden?

Es hat sich in den letzten zwölf Monaten gezeigt, dass vor allem die finanziellen Hürden für Garagisten, vor Schweizer Gerichten die Einhaltung kartellrechtlicher Vorschriften und der KFZ-Bekanntmachung gegenüber Importeuren durchzusetzen, bisweilen zu hoch sind. Es braucht deshalb die Bereitschaft der Weko, die eigene KFZ-Bekanntmachung auch wirklich durchzusetzen. Es ist wenig hilfreich, wenn die Weko die geschädigten Garagisten an Zivilrichter verweist. Wissenschaft und Politik sind somit gefordert, den Gerichten und der Weko nicht nur die Mittel zur Verfügung zu stellen, um Händler und Werkstätten vor kartellrechtswidrigen Praktiken zu schützen. Politik und Wirtschaft sind legitimiert, dies von Gerichten und der Weko zu erwarten. <



Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf

Visana Services AG

www.visana.ch

> Wie steht es um die Privat- und Verkehrsrechtsschutzversicherung?

pd. Nicht obligatorisch, aber sehr empfehlenswert – so das Expertenurteil zur Privat- und Verkehrsrechtsschutzversicherung. Bei Visana sind Kunden im Schadenfall mit bis zu 250 000 Franken abgesichert. Und dies zu einer günstigen Jahresprämie. Rechtliche Streitigkeiten können rasch sehr teuer werden. Gut, wer in diesem Fall auf professionelle Beratung und Unterstützung zählen kann.

Verkehrsrechtsschutz – nicht nur im Auto sinnvoll

Natürlich ist der Abschluss einer Verkehrsrechtsschutzversicherung vor allem als Automobilistin oder Automobilist empfehlenswert, denn gerade bei körperlichen Verletzungen kann es schnell zu kostspieligen Rechtsver-

fahren kommen. Aber auch wer einen Roller, ein E-Bike oder ein Rennvelo lenkt, kann vom Verkehrsrechtsschutz profitieren. Ebenso als Buspassagier oder Fussgänger.

Was beinhaltet die Visana-Rechtsschutzversicherung?

- Bis zu 250 000 Franken im versicherten Schadenfall.
- Übernahme von Anwalts- und Prozesskosten.
- Kostendeckung für Expertisen, Gutachten oder Prozessentschädigungen.
- Juristischer Beistand durch Spezialisten.
- Kostenlose telefonische Rechtsauskunft.
- Ausserdem kein Selbstbehalt, keine Mindeststreitwertsumme.



Eine gute Versicherung lohnt sich: Visana als verlässlicher Partner für Privat- und Verkehrsrechtsversicherungen.

Kunden erhalten die leistungsstarke Rechtsschutzversicherung zu einer attraktiven Prämie, insbesondere wer bei Visana grundversichert ist. Zudem bietet Visana umfassende

Beratung und eine schnelle, unkomplizierte Leistungsabwicklung. Mehr zur Rechtsschutzversicherung unter www.visana.ch/rechtsschutz. <

Kollektiv gut betreut

Unsere attraktiven
Sonderkonditionen für Sie

**Unser Geschenk an Sie:
Coop-Gutschein
im Wert von CHF 30.–**

Exklusiv für Mitglieder des Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)

Wir legen Wert auf ausgezeichneten Service und höchste Zufriedenheit unserer Kunden. Beantragen Sie bis zum 30.06.2018 eine Offerte oder einen Beratungstermin. Als Dankeschön erhalten Sie kostenlos eine **Coop-Geschenkkarte im Wert von CHF 30.–**.

Visana Services AG, Weltpoststrasse 19, 3000 Bern 15

Tel. 0848 848 899, www.visana.ch

Kollektivvertrag: AGVS - Autogewerbeverband der Schweiz (1.004181.000.1)

visana
Rundum gut betreut.

Protekta

www.protekta.ch

> Rechtsschutz für Garagisten

pd. Rechtliche Auseinandersetzungen mit Kunden und Lieferanten? Mit dem Abschluss des Branchenvertragsrechtsschutzes können Garagisten mit der Protekta auf einen starken Partner zählen und erhalten Versicherungsschutz für zusätzliche Vertragsstreitigkeiten. Ein Rechtsstreit kann rasch teuer werden. Dieses finanzielle Risiko kann mit der Rechtsschutzversicherung der Protekta abgedeckt werden. Die Mobilartochter übernimmt Anwalts-, Gerichts- und Expertisekosten bis zu 1Mio. Franken. Zusätzlich profitieren Kunden von kostenlosen telefonischen Rechtsauskünften durch die Juristinnen und Juristen der JurLine.

Für AGVS-Mitglieder besonders wichtig: Streitig-

keiten aus Händlervertrag und Servicepartnervertrag mit einer in der Schweiz domizilierten Vertriebsgesellschaft des Fahrzeugherstellers sind versichert. Das AGVS-Mitglied geniesst auch Versicherungsschutz bei Testfahrten mit Kundenfahrzeugen.

Unnötiges Kostenrisiko vermeiden

Wer wusste, dass der Kläger, gestützt auf die Zivilprozessordnung, für die Kosten eines Prozesses haftet? Die Rechtsschutzversicherung ist also wichtiger denn je! Das Gericht kann vom Kläger einen Vorschuss bis zur Höhe der mutmasslichen Gerichtskosten verlangen. Bei gewonnenem Prozess übernimmt die unterlegene Partei zwar die Gerichtskosten, der Kläger erhält

das Geld aber nicht automatisch vom Gericht zurückerstattet. Er muss diese Kosten beim Beklagten einfordern. Streitigkeiten können verschiedene Rechtsgebiete betreffen. Ein paar Praxisbeispiele:

- **Vertragsrecht:** Streitigkeiten aus Kauf/Verkauf/Vermietung von beweglichen Sachen (zum Beispiel Fahrzeuge) oder bei Streitigkeiten aus Werkvertrag (Reparatur von Fahrzeugen)
- **Arbeitsrecht:** Ein Arbeitnehmer macht unrechtmässig Überstunden geltend.
- **Versicherungsrecht:** Die Unfallversicherung kürzt Leistungen.
- **Nachbarrecht:** Der Nachbar fühlt sich durch Lärmemissionen eines Betriebs belästigt.

- **Miet-/Pachtvertragsrecht:** Der Vermieter oder Verpächter der Geschäftsliegenschaft kündigt dem Garagenbetrieb unrechtmässig den Vertrag.

Spezialangebot für AGVS-Mitglieder

Das AGVS-Mitglied profitiert von Prämienvergünstigungen und von einem branchenspezifischen Rechtsschutzangebot. Zudem versichert die Protekta Inhaber und Geschäftsführer von Garagen, inklusive alle im selben Haushalt wohnenden Personen, mittels ihres umfassenden Privatrechtsschutzes und privaten Verkehrsrechtsschutzes zu Vorzugskonditionen. AGVS-Garagisten bezahlen dafür nur 270 statt 420 Franken. <

Mobi24

www.mobi24.ch

> Die AGVS-Mobilitätskarte: Pannenhilfe für die Kundschaft

pd. Die Mobilitätskarte mit der europaweiten Deckung ist nach wie vor für die Kunden der AGVS-Mitglieder erhältlich. Mit dem einfachen Online-Tool erhalten die Garagisten damit ein wirkungsvolles Kundenbindungsinstrument zu attraktiven Konditionen.

Weshalb soll jeder Fahrzeughalter die AGVS-Karte erhalten?

- Pannenhilfe und Unfallbergung im In- und Ausland.
- Von Marke und Fahrzeugalter unabhängige Mobilitäts-garantie.
- Für ein- und zweijährige Serviceintervalle, auch als Ergänzung zu bestehenden Markendeckungen.

Wer garantiert für einwandfreie Hilfeleistung?

- Langjährige, bewährte Partnerschaft zwischen dem

AGVS und der Mobilart.

- Unabhängige Leistungserbringer aus dem Garagen-gewerbe sorgen im Auftrag der Mobi24 Call-Service-Center AG für rasche und kompetente Hilfe, rund um die Uhr.
- Support durch die Kundenberater des AGVS beim administrativen Handling der Karte.

Wie bestelle ich die Mobilitätskarte?

Passwort, Tipps zur Nutzung und Verwaltung der Karten erhalten Interessenten bei der AGVS Geschäftsstelle in Bern, Telefon 031 307 15 15 oder auf der Website www.agvs-upsa.ch. <

Garagenkonzepte

Marketinghilfe inklusive?

Eine starke Marke als Partner, Zugang zu Fahrzeugdaten und Schulungen: Garagenkonzepte stärken kleineren Garagen und Mehrmarkenhändlern den Rücken. Doch was bieten die Konzeptpartner nebst den nationalen Kampagnen in Sachen Marketing, um sich in der Region als umfassender Mobilitätsdienstleister zu positionieren? **Tatjana Kistler**, Redaktion

■ Marketingaktivitäten sind ein wichtiger Grund, weshalb sich Garagisten für eine Konzeptlösung entscheiden, heisst es unisono. Entsprechend breit fällt die Grundpalette an Marketinginstrumenten bei den grossen Konzeptanbietern im Vergleich aus. Das Patentrezept mit downloadbaren Konzeptpostern, Flyern, Radiospots und einer Corporate Identity mit Wiedererkennungswert scheint simpel und kopierbar.

Weshalb lohnt es sich nebst dem finanziellen Aspekt für Logoherstellung, Druckkosten et cetera, kein Extrazuglein zu fahren? Sascha Vogel, Konzeptverantwortlicher Autofit bei der Hostettler Autotechnik ag: «Da der Qualitätsstandard des Fahrzeugbestands in der Schweiz in den letzten Jahren deutlich gestiegen ist, fallen immer weniger Reparaturen an. In Verbindung mit den länger werdenden Serviceintervallen bedeutet dies, dass die wenigsten Garagen alleine von ihren Stammkunden leben können. Es gilt also, neue Kunden anzusprechen und diese von den Leistungen zu überzeugen. Um die nationale Bekanntheit weiter zu stärken, ist es unumgänglich dass eine Konzeptmarke, in unserem Fall Autofit, regional verankert ist.»

Neue Schwerpunkte bahnen sich an

Niklaus Huwyler, Leiter Garagenkonzepte & Kundenbindung bei der ESA, ortet eine weitere Kommunikationsherausforderung: die Verlagerung des Marketings ins anonyme World Wide Web. «Neben der Automobiltechnik entwickelt sich durch die Digitalisierung auch das Verhalten der Menschen und damit der Kundinnen und Kunden sehr schnell weiter. Die Digitalisierung findet nicht nur unter der Motorhaube, sondern auch im Um-

gang mit Kunden statt», lautet sein Appell zu individueller Kundenkommunikation (siehe auch Artikel Seiten 24 und 25). Diese Herausforderung macht die ESA deshalb zum Thema des Akademiemeetings vom 10. Januar 2018.

Schulungsbedarf ist individuell

Doch in welchen Punkten stellen die Konzeptanbieter beim Thema Marketing/Kommunikation noch Sensibilisierungs-

Autofit

Wie kann der Konzeptpartner positiv als Dienstleister auf sich aufmerksam machen?

Sascha Vogel, Konzeptverantwortlicher Autofit bei Hostettler Autotechnik ag: Die Erarbeitung eines professionellen Kommunikationskonzepts würde in einer Garage hohe zeitliche und finanzielle Investitionen nach sich ziehen. Deshalb bietet Autofit alle notwendigen Werkzeuge für eine professionelle, einheitliche Kommunikation. Der Partner braucht nur noch die aus dem Leistungsportfolio erhältlichen Kommunikationsmittel auszuwählen, die für seinen Betrieb am sinnvollsten sind.

In welcher Form bietet Ihr Garagenkonzept Unterstützung in Sachen Marketing und Kommunikation?

Seit über 20 Jahren führt Autofit nationale Kommunikationskampagnen durch, die das Konzept als «Die Markengarage für jedes Auto» positionieren und dabei auf die Werte «persönlich, kompetent, fair» setzen. Um die Verbindung zwischen dem Autofit-Partner und der national beworbenen Marke Autofit zu gewährleisten, bieten wir eine breite Auswahl an regionalen Werbemitteln wie Flyer, Informationsbroschüren, Inseratevorlagen und Streuartikel.

Welche Freiheiten genießt der Konzeptpartner bei der Gestaltung seines Web-/Werbeauftritts?

Innerhalb der Gestaltungsrichtlinien von Autofit kann sich der Konzeptpartner frei bewegen. Er ist und bleibt ein selbständiger Unternehmer, der Inhalt und Umfang der Kommunikationsmassnahmen in seiner Region selbst bestimmen kann.

bedarf fest? «Aktive und gut geschulte Inhaber, zum Beispiel diplomierte Betriebswirte im Automobilgewerbe, nutzen bereits verschiedene Marketingkanäle und sind richtig hungrig auf unsere Aktivitäten. Währenddessen sich andere Betriebe noch gewohnt sind, dass die Neukunden schon irgendwie von selber kommen und vor dem Konzeptbeitritt keinen echten Marketing- und Verkaufsplan hatten», hält Sandro Francescutto von Bosch Car Service fest. <

Swiss Automotive Group *

Wie kann der Konzeptpartner positiv als Dienstleister auf sich aufmerksam machen?

Felix Schwaninger, Leiter Werkstattkonzepte, SAG Services AG: Durch gezielte Werbemassnahmen in allen Bereichen der Werkstatt. Dazu ermöglichen wir dem Konzeptpartner die Auswahl aus diversen Marketingmassnahmen, die auch individualisierbar sind.

In welcher Form bietet Ihr Garagenkonzept Unterstützung in Sachen Marketing und Kommunikation?

Grundsätzlich ist der Konzeptpartner, ob unabhängige Garage oder Markenvertretung, kein Marketingguru. Deshalb wird es sehr geschätzt, dass wir ihm in diesen Bereichen breite Unterstützung zukommen lassen können. Das geschieht in elektronischer Form, online oder mit PDF-Files, aber auch mit Papiervorlagen. Es gibt fast keine Form der Kommunikationsunterstützung, die wir nicht anbieten können.

Welche Freiheiten genießt der Konzeptpartner bei der Gestaltung seines Web-/Werbeauftritts?

Grundsätzlich sind die Konzeptpartner unabhängige Unternehmer. Wir sind Dienstleister und Unterstützer und gewähren den Konzeptpartnern alle Freiheiten. Einzige Ausnahme sind die Logos, die nicht modifiziert werden dürfen.

* Unter dem SAG-Dach sind die Garagenkonzepte der Technomag (AutoCoach, carXpert, carXpert Carrosserie, myGarage) sowie von Derendinger (Unicar, Garage plus, Carrosserie plus, Car Diagnostic) vereint.



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

Sie suchen Autoteile, wir haben den Webshop dazu.

Bei uns erhalten Sie Original-Ersatzteile, Reifen, Schmiermittel, Batterien und Zubehör aus einer Hand. Qualitätsprodukte zu fairen Preisen - geliefert in der ganzen Schweiz bis zu 3 Mal pro Tag.

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



Marketing hilft, wahrgenommen zu werden und Profil zu erhalten – doch geht auch ins Geld. Garagenkonzepte setzen mit verschiedenen Mitteln auf die Öffentlichkeitsarbeit.

Le Garage

Wie kann der Konzeptpartner positiv als Dienstleister auf sich aufmerksam machen?

Niklaus Huvwyler, Leiter Garagenkonzepte & Kundenbindung ESA: Die regionale Marketing- und Kommunikationsarbeit ist wichtig. Wir können zwar mit nationalen Massnahmen die Marke stärken. Aber schlussendlich hängt der Erfolg der Partner von den Kunden in ihrem Einzugsgebiet ab und somit von der regionalen Marketing- und Kommunikationsarbeit. In dem der Konzeptpartner unsere Marke nutzt, profitiert er von der Mehrmarkenpositionierung, die wir seit 1999 nach aussen tragen. Mit 340 Partnern ist er Teil eines Netzes, das für diese Positionierung steht. In der nationalen Werbung positionieren wir die Marke und damit die Partner als Problemlöser rund ums Auto.

In welcher Form bietet Ihr Garagenkonzept Unterstützung in Sachen Marketing und Kommunikation?

Im Kommunikationstool kann der Partner verschiedene Werbemittel nach seinen Bedürfnissen gestalten und durch uns produzieren lassen. Dazu gehören unter anderem Flyer für saisonale Aktivitäten, Plakate und Inserate.

Welche Freiheiten genießt der Konzeptpartner bei der Gestaltung seines Web-/Werbeauftritts?

Mit dem genossenschaftlichen Gedanken der ESA als Grundlage lässt unser Konzept dem Partner mehr Freiheiten als andere Marken. Der Partner weiss am besten, wie er mit seinen Kunden kommunizieren soll. Selbstverständlich muss er dabei die Markenvorgaben respektieren, um von den Synergien aller Partner zu profitieren.

Repanet Suisse

Wie kann der Konzeptpartner positiv als Dienstleister auf sich aufmerksam machen?

Patrizia Santarsiero, Koordination Repanet Suisse: Wir sind ein Partnernetzwerk für ausgezeichnete Karosserie- und Fahrzeuglackierbetriebe mit der Philosophie: individuelle Beratung – Interessenvertretung – Erfahrungsaustausch. Im Fokus stehen bei uns vor allem die Weiterbildungen zu ebensolchen Dienstleistern. Wir wollen unsere Partnerbetriebe durch Marketinghilfen, Betriebsberatung und praxisnahe Dienstleistungen unterstützen. Festzuhalten ist aber: Unsere Angebotspalette ist mit einem Fitnesscenter zu vergleichen. Wir bieten zwar alles, was unsere Partner brauchen, um sich auf dem Markt zu behaupten, trainieren, ergo die Dienstleistungen verwerten und Services anwenden, müssen die Mitglieder aber selbst.

In welcher Form bietet Ihr Garagenkonzept Unterstützung in Sachen Marketing und Kommunikation?

Unsere Basisleistungen wie technische Fachkurse, Beratungsservice und Unterstützung bei diversen Anlässen sind im Jahresbeitrag enthalten. Ob der Partnerbetrieb sich mit einer Imagekampagne in Szene setzen will, eine Beratung für Lichtwerbeanlagen gebucht wird oder etwa der Webaufttritt eine Optimierung erfahren soll – jeder Repanet Suisse Partner stellt sich sein Repanet-Paket selbst zusammen.

Welche Freiheiten genießt der Konzeptpartner bei der Gestaltung seines Web-/Werbeauftritts?

Die Netzwerkmitglieder sind frei, verwenden aber ausschliesslich unsere Produkte. Wichtig ist jedoch, dass sich die Betriebe nach dem Markt richten und sich auch auf neue Kundensegmente fokussieren.

Bosch Car Service

Wie kann der Konzeptpartner positiv als Dienstleister auf sich aufmerksam machen?

Sandro Francescutto, Leiter Garagenkonzepte, Robert Bosch AG: Sicherlich mit der weltweit und bei Autofahrern für Qualität bekannten Marke. Diese Bekanntheit und das technische Know-how aus der Erstausrüstung schaffen gerade bei Neukunden einen wichtigen Vertrauensvorschuss.

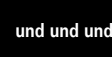
In welcher Form bietet Ihr Garagenkonzept Unterstützung in Sachen Marketing und Kommunikation?

Wir gliedern die saisonalen Marketingaktivitäten in Home, Outdoor und Point of Sales (POS). Konkret streuen wir so zum Beispiel im Umkreis von maximal 15 Kilometern direkt achtseitige Prospekte in die Haushaltungen. Unterwegs sieht der Autofahrer unsere Werbung zusätzlich auf Strassenplakaten und hört sie im Radio. Vor Ort angekommen, informieren und unterhalten wir die Kunden mit dem eigenen POS-TV, Postern, B2C-/B2B-Broschüren und Aktions-Goodies. Diese Kampagnen werden auch online und in den sozialen Netzwerken begleitet. So folgen uns heute schon alleine auf Facebook über 26 000 Abonnenten.

Welche Freiheiten genießt der Konzeptpartner bei der Gestaltung seines Web-/Werbeauftritts?

Fast alle Marketinghilfsmittel sind individualisierbar. Damit man nicht jedes Kommunikationsmittel neu erfinden muss, stellen wir viele Vorlagen zur Verfügung. Die Aktivitäten werden zudem mit dem Händlerverband abgesprochen und auf Praxistauglichkeit geprüft.

GOODYEAR - JEEP - LANCIA - LEXUS - MG - MICHELIN - MOBIL - MOTOREX - NOKIAN - OSRAM - PANOLIN - PIRELLI - ROVER - THULE - TOYOTA - VREDESTEIN - WYNN'S - YOKOHAMA



Bestellen Sie jetzt unter:

- > E-Shop: shop.fibag.ch
- > E-Mail: orders@fibag.ch
- > Hotline: 062 285 61 30

FIBAG

Fibag AG
Lischmatt 17
4624 Härkingen

GOODYEAR - JEEP - LANCIA - LEXUS - MG - MICHELIN - MOBIL - MOTOREX - NOKIAN - OSRAM - PANOLIN - PIRELLI - ROVER - THULE - TOYOTA - VREDESTEIN - WYNN'S - YOKOHAMA

Tipps und Tricks

Kundenbindung heisst, Kunden begeistern und Erwartungen übertreffen



«Neukunden kosten Geld, Bestandskunden bringen Geld»: Die Binsenwahrheit weist auf etwas hin, das im Garagenalltag oft vergessen geht. Mit einfachen Kommunikationsformen betreibt ein Garagist langfristig gutes, Vertrauen schaffendes Marketing, um Neukunden zu Fans zu machen. AGVS-Kursleiter Beat Jenny erklärt, wie zufriedene Kunden langfristig zu den besten Markenbotschaftern für ein Autohaus werden. **Tatjana Kistler**, Redaktion

■ «Ein zufriedener Kunde reicht heute nicht mehr aus», gibt Beat Jenny zu bedenken, «denn heute gilt es, Kunden zu begeistern, ihre Erwartungen zu übertreffen.» Unter dieses Motto stellt der Experte diese erste Stufe der Kundenpflege: «Verblüffen Sie Ihre Kunden, so erhöhen Sie automatisch die Kundenzufriedenheit – machen Sie Ihre Kunden zu echten Fans.» Diese ansteckende Begeisterung soll zum Vorteil werden, damit sich das Marketing verselbständigt. Es gilt, die Mund-zu-Mund-Propaganda zu fördern, Anfragen zu generieren, Neukunden zu gewinnen. Aber was heisst Kundenpflege eigentlich? Jenny zeigt dies anhand einer mittelgrossen Garage auf:

«Der Kunde wird einige Tage nach dem erfolgreichen Ausliefern des Fahrzeugs kontaktiert. Dann aber erhält er meist im Quartalstakt Werbung von der Marke und dem Autohaus mit Einladungen zu Ausstellungen und Events et cetera. Wenn wir ehrlich sind, richtet sich diese Art der Kommunikation mit dem Kunden aber immer direkt auf das Verkaufen aus.» Denn das Marketing ist vielfach auf zusätzliches saisonales Zubehör wie Reifen oder Aktionen auf Gebrauchtwagen fokussiert, vergessen geht dabei der Garagist in seiner Rolle als Vertrauensperson und Rundum-Mobilitätsdienstleister.

Kundenpflege statt Produktwerbung

Will heissen: Weg von der reinen Produktkommunikation, hin zur Kundenpflege. «Welche Aufmerksamkeit schenken wir dem Kunden? Reicht eine Einladung zur Frühlingsausstellung wirklich aus in der heutigen Zeit, in der die Loyalität immer mehr auf der Strecke bleibt?», stellt Beat Jenny die zentralen Fragen in den Raum. Solche Zeiten, betont der Marketingfachmann, bedürfen unkonventioneller Kommunikationsansätze: «Ansätze, bei welchen nicht das Verkaufen, sondern das Erleben, der Bezug zur Garage, der Mensch im Vordergrund stehen. Denn Menschen kaufen von Menschen.»



Beat Jenny

Der Dipl. Betriebswirt HF arbeitet als Trainer, Coach und Berater exklusiv in der Automobilindustrie. Dabei greift er auf langjährige Erfahrung in Marketing und Kommunikation zurück.

Die Vermischung von klassischen Verkaufsansätzen mit neuen Medien ist eine seiner Spezialitäten. Überdies unterrichtet Jenny beim AGVS als Dozent.

www.trepos.ch / www.beat-jenny.ch

Wie viel wird in die aktive Kundenpflege investiert?

Ein Blick auf das Werbebudget einer Garage lasse derweil tief blicken: Welcher Anteil der Ausgaben fliesst wirklich in die Kundenpflege? Wie viel wird hingegen für Neukundenwerbung eingesetzt? «Der grösste Teil des Werbefranks geht bei den meisten Autohäusern einfacher und schneller in die Neukundenwerbung», erklärt Jenny. Die Werbung für Neukunden folgt dabei oft klassischen Strukturen: Zeitungs-, Flyer-, Radio- oder Plakatwerbung führen seit Längerem die Hitliste an. «Kundenpflege heisst aber kreatives Arbeiten im Kleinformat, einzeln bei jedem Kunden, dauernd und immer. Dies ist echte Arbeit und extrem intensiv», fügt Jenny an. So gelte es, sich zu fragen: «Was ist mir ein Bestandskunde wirklich Wert?»

Ein gewonnener Kunde ist erst der Anfang einer langjährigen Beziehung

«Betrachten wir einmal einen Kunden, der heute bei Ihnen einen Neuwagen erwirbt, im Hinblick auf die nächsten zehn bis zwölf Jahre: Der Fahrzeugverkauf ist erst der Beginn einer langjährigen Beziehung, ob im Verkauf oder in der Werkstatt», so Jenny. Denn nicht das Produkt, sondern der Kunde solle in die Garage zurückkehren. «Dies in einer Zeit, in der die Loyalität immer kürzertritt, zu erreichen, kann nur über den persönlichen Kontakt und eben die persönlich gehaltene Kommunikation erreicht werden.» Eine auf Kommunikation basierende Beziehung, die nicht nur gepflegt, sondern auch geplant werden müsse. «Einen verlorenen Kunden zurückzugewinnen, kostet das Dreifache, wie einen bestehenden Kunden zu pflegen», macht Beat Jenny einen Vergleich. Noch extremer sieht der Aufwand bei der Neukundengewinnung aus. Dieser kommt laut Jenny im Gegensatz zu den Mitteln der aktiven Kundenpflege gut und gern auf das Siebenfache zu stehen.

Kundenpflege ist Chefsache

Der persönliche Kontakt vom Chef zum Kunden sei ebenso entscheidend: «Schafft er es, dem Kunden «Hallo» zu sagen und sich bei der Auslieferung des Wagens persönlich für das Vertrauen zu bedanken, dann ist schon ganz viel gewonnen.» Der Auftritt sollte dabei aber unbedingt überraschend wirken, nicht etwa aufgesetzt oder als Pflichttermin. «Es muss spontan, ehrlich und freundlich rüberkommen, dann ist der Chef auch der, der den Kaffee offeriert und selbst das Wasser nachfüllt.» Werden die Kundenpflege und der Respekt am Kunden auch in der Geschäftsleitung vorgelebt, dringe diese Haltung auch zu den Mitarbeitenden durch und erreiche schliesslich die Kundschaft.

Eine SMS vor dem Termin

«Jeder Zahnarzt tut es: 24 Stunden vor dem Termin geht eine kurze SMS mit einer Terminerinnerung raus», greift Beat Jenny ein Marketinginstrument aus einer anderen Branche auf. «Und der Zahnarzt weiss, wie wichtig dies ist, denn ein Nichterscheinen ist für beide Seiten mit Kosten verbunden.» Diese Kommunikation sei aber nicht nur als Prävention zu werten, sondern auch als Kundenpflege: «Solch ein Anstupsen und Erinnern wird als aufmerksam und zuvorkommend wahrgenommen und praktisch nie als lästig.»

Eine SMS nach dem Termin

Auch nach einem Termin könne eine SMS oder natürlich eine WhatsApp-Nachricht eingesetzt werden, um ganz simpel danke zu sagen: Danke für das Vertrauen, für die Probefahrt, für das gute Ge-

spräch. Kurzum: das Zeichen der Wertschätzung in seiner kleinsten, aber wohl wirkungsvollsten Form.

Aufmerksamkeit schenken

Als weitere Kommunikationsmöglichkeit schlägt Beat Jenny den Kundenbeirat vor, eine Idee, die in deutschen Autohäusern bereits erfolgreich praktiziert wird. «Hierbei werden pro Semester oder gar pro Quartal fünf verschiedene Kunden ins Autohaus eingeladen, um ihre Bemerkungen zu Service, Autohaus, Mitarbeitern et cetera aufzunehmen und das Gespräch suchen zu können», resümiert er das Prinzip. Das Motto lautet: Kunden helfen dem Garagisten weiter, indem sie ihm direkt mitteilen, was gefällt respektive wo sie noch Potenzial sehen. «Noch wichtiger ist, dass die Kunden ihre Ansprüche aufzeigen, denn nur so können wir uns kundengerecht weiterentwickeln.» <

Einfache Tipps für die tägliche Kommunikation mit dem Kunden

Prinzipiell gilt: Der Markt ist gesättigt, die Loyalität zu einem Unternehmen nimmt ab und doch ist der Mensch das zentrale Element. Beat Jenny hat Tipps für die Kommunikation mit der Kundschaft zusammengestellt:

- Pflegen Sie Kunden nicht nur, begeistern und verblüffen Sie sie mit aufmerksamer und zuvorkommender Kommunikation.
- Ein Dankeschön kann so einfach wie wirkungsvoll sein. Beispiel: ein netter Brief von der Geschäftsleitung nach der Fahrzeugübergabe. Ergänzend könnte ein Waschgutschein beigelegt werden.
- Ein Gutscheinheft für verschiedene Dienstleistungen für alle Kunden, die seit mehr als drei Jahren regelmässig vorbeikommen.
- Der spontane Anruf vom Geschäfts- oder Verkaufsleiter, um sich einmal persönlich zu vergewissern, ob beim Service alles passt.
- Ein Getränk, etwas Erfrischendes oder Süsses nach dem Werkstattbesuch für die Heimfahrt.
- Treuerabatte und gute Vorteile für langjährige Kunden.
- Am Samstag ist nicht nur der Verkauf, sondern auch die Werkstatt geöffnet, um Kunden zu bedienen.
- Ein In-House-Workshop zum Beispiel rund um das Thema Autoreinigung.
- Die Öffnungszeiten richten sich nach den Kundenbedürfnissen. In einer Zeit, in der Möbelgeschäfte und Supermärkte bis 20 Uhr geöffnet haben, stellt sich die Frage, ob es noch zeitgemäss ist, eine Werkstatt/Garage samstags um 13 Uhr zu schliessen.
- Gemeinsame Ausflüge ins Produktionswerk oder an nahe Autoveranstaltungen wie Ausstellungen oder Oldtimer-Rundfahrten; gemeinsam mit dem Bus oder Car an eine Fachmesse nach Genf, Mailand oder Frankfurt fahren.
- Tickets für Sportveranstaltungen in der Region, an welchen Sie als Garagist aktiv als Sponsor in Erscheinung treten.
- Einen Vortrag im eigenen Showroom – vielleicht gar von einem Kunden gehalten – oder einen regionalen Talk – eine Plattform für Politiker, Wirtschaftsverbände et cetera – lancieren.
- Oder einfach mal wandern gehen, zum Jassabend oder gemeinsamen Skiweekend laden.

800 Teilnehmende im Berner Kursaal

Die AGVS-Tagung ist ausgebucht!

Was angesichts der Kapazität des Kursaals kaum vorstellbar war, ist eingetroffen: Der «Tag der Schweizer Garagisten» vom 17. Januar 2018 ist ausgebucht. Mit 800 Anmeldungen ist ein Teilnehmerrekord erreicht. Das freut nicht nur den AGVS und die Tagungssponsoren, sondern ehrt auch die Referenten und Diskussionsteilnehmer. **Reinhard Kronenberg, Redaktion**



■ «Der letztjährige Stand der Anmeldungen für die AGVS-Tagung im Januar wurde 2017 bereits Mitte November übertroffen», sagt Monique Baldinger, die beim AGVS für die Organisation der Tagung zuständig ist. «Selbst zu diesem Zeitpunkt wagten wir nicht zu hoffen, dass wir die Kapazitätsgrenze des Saals erreichen würden.»

Zu diesem Erfolg mit beigetragen haben zwei Faktoren: Erstens hat sich der von der Viva AG für Kommunikation inhaltlich konzipierte «Tag der Schweizer Garagisten» in den vergangenen Jahren stark entwickelt und ist inzwischen die mit Abstand grösste und bedeutendste Fachveranstaltung der Schweizer Autobranche. Zweitens verspricht das Programm für den 17. Januar 2018 einen sehr hohen Nutzwert. Unter dem Titel «Mission Mobilität. Die Rolle des Garagisten. Was ändert – und was bleibt» erläutert der AGVS die Auswirkungen der Pläne der Hersteller im Zeitalter der Digitalisierung auf das künftige Geschäftsmodell des Garagisten.

Professor Ferdinand Dudenhöfers exklusiver Ausblick

Dazu eingeladen sind unter anderen Marc Walder, Initiant von digitalswitzerland und CEO der Ringier AG, Jean-Charles Herrenschildt, Präsident des europäischen Verbandes des Kraftfahrzeuggewerbes (Cecra), Gerhard Schürmann, CEO der Emil Frey AG, TCS-Präsident Peter Goetschi und HSG-Professorin Andrea Back, deren Studenten in einem Konzeptpapier künftige Geschäftsmöglichkeiten des Autogewerbes skizziert haben. Exklusiv für die Tagungsteilnehmer wird Professor Ferdinand Dudenhöfer, einer der tiefsten Kenner der Autobranche, einen Ausblick auf die kommenden Jahre wagen.

Haug und Illien am «Dîner des garagistes»

Einen neuen Teilnehmerrekord verzeichnet auch das «Dîner des Garagistes», das zum dritten Mal stattfindet. Brachte im vergangenen

Jahr der deutsche Komödiant Dr. Jens Wegmann alias Jan Ditgen den Saal zum Lachen, wird es 2018 emotional: Norbert Haug und Mario Illien treffen sich zu einer gemeinsamen Reflexion ihrer Erfolge in der Formel 1 Ende der 1990er-Jahre. Den beiden gelang 1998 der ganz grosse Coup, als Mercedes nach jahrzehntelanger Abwesenheit endlich wieder ganz oben auf der Siegetreppe stand. Norbert Haug war damals Mercedes-Motorsportchef und Mario Illien lieferte den Siegermotor.

Gefreut über den neuen Teilnehmerrekord am Dîner hat sich auch Wolfgang Schinagl, CEO von Auto-i-dat. Als er vor zwei Jahren von der Idee des «Dîner des garagistes» gehört hatte, war er sofort begeistert und setzte alle Hebel in Bewegung, als Hauptsponsor dabei zu sein. «Es ist gut, bestätigt zu wissen, dass wir die mittler-



800 Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden am 17. Januar im Kursaal erwartet.



Inspirierend: Die Aussicht vom Berner Kursaal über die Bundesstadt.

weile bedeutendste Auto-Fachtagung in der Schweiz als Sponsor aktiv unterstützen dürfen», sagt er rückblickend. <

«Live-Berichterstattung» auf AGVS Online

Mit der Schliessung der Anmelde-möglichkeit gehen all jene leer aus, die es verpasst haben, sich rechtzeitig einen Platz zu sichern. «Das tut mir sehr leid für all jene, die zugewartet haben und sich kurzfristig noch anmelden wollten», bedauert Monique Baldinger. Ihnen bleibe jedoch die Möglichkeit, die Fachveranstaltung auf agvs-upsa.ch zu verfolgen.

Das Redaktionsteam des AGVS begleitet den Anlass vor Ort und berichtet laufend über die Referate und Diskussionen. Das Programm und die Berichterstattung am 17. Januar 2017 finden Interessierte auf der Landingpage zur Tagung.

Wer sich auf die Warteliste setzen möchte, meldet sich bei monique.baldinger@agvs-upsa.ch.



TAG DER SCHWEIZER GARAGISTEN 2018
Mittwoch, 17. Januar 2018, im Kursaal Bern

**MISSION
MOBILITÄT**

Die Rolle des Garagisten:
was ändert – und was bleibt.

Die Tagung wird unterstützt von:



Das «Diner des garagistes» wird unterstützt von:



«Geschäftsmodell Garagist» aus Sicht der Wissenschaft

«Der Markt für Mobilitätsdienst

Über Trends und Geschäftsmodelle in der Mobilitätsindustrie wird viel geschrieben. Nur: Mit der Rolle des Garagisten als Teilnehmer des zukünftigen Ökosystems der Mobilität beschäftigt sich kaum jemand. Professorin Dr. Andrea Back von der Universität St. Gallen hat sich mit einem AGVS-Team und einem Garagisten dem Thema angenommen – mit überraschenden Erkenntnissen. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ **Frau Professor Back, Sie haben sich im Auftrag des AGVS mit künftigen Geschäftsmodellen des Garagisten auseinandergesetzt. Was sind Ihre wichtigsten Erkenntnisse?**

Andrea Back: Vor gut einem Jahr haben wir mit einem studentischen Team ein «Zukunftsbild 2025» mit beispielhaften Dienstleistungskonzepten erarbeitet und dazu eine Website gestaltet: www.garagenvision2025.ch. Sie übersetzt anschaulich, wie sich die Trends in veränderte Geschäftsmöglichkeiten überführen lassen. Zukunftsbilder eignen sich als Ausgangspunkt und gemeinsame Verständigungsbasis, um von reinen Diskussionen in konkretes Tun zu kommen. Eineinhalb Jahre nach Fertigstellung hat sich unsere Arbeit als weiter gültig und gleichermaßen zweckmässig erwiesen.

Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten des Autogewerbes generell?

Als Kutschen durch das Automobil ersetzt wurden, sank die Zahl der Pferde innerhalb eines halben Jahrhunderts um 88 Prozent. Autos gab es dann allerdings weit mehr als vorher Kutschen. Den Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor wird es wohl schneller und heftiger so ergehen, aber das muss für das Autogewerbe nicht gleichermaßen gelten, da es sich darauf einstellen kann. Individuelle Mobilität ist ein tief verwurzelt bedürfnis; warum sollte der Markt für Dienstleistungen rund um Mobilität nicht neue Geschäftschancen bieten und wachsen? Wie sich der Strukturwandel genau vollziehen wird, kann man jedoch nicht prognostizieren. Er ergibt sich aus den technischen Entwicklungen und aus Entscheidungen und Handlungen, die im Lauf der Zeit getroffen werden. Insofern bleibt nur die Erkenntnis, dass die einzige Konstante mit Sicherheit die Veränderung sein wird. Aber die wird markant ausfallen, da bin ich mir sicher.

Für das AGVS-Mitglied, das sich Gedanken über seine Zukunft macht, war das jetzt etwas wenig handfest...

Das kann ich verstehen, aber ich bin Wissenschaftlerin und keine Wahrsagerin. Grundsätzlich bin ich überzeugt, dass Produkte in der Art von Autos – man könnte sie übrigens auch mobile, intelligente Roboter nennen – eine breite Palette an Geschäftschancen für das Gewerbe bieten werden und dass die Kompetenzen auch für andere Arten von Robotern eingesetzt werden können. Wer unternehmerisch diese Zukunft mitgestaltet oder sich mit ihr bewegt, wird zweifellos seinen Platz im Geschäft finden.

Der sich abzeichnende Umbruch im Mobilitätssektor ist fundamental, die Menge an Innovationen kaum überblickbar und die Dynamik der Entwicklung ist sehr stark. Das kann zu einer Verunsicherung führen. Was für eine Einstellung empfehlen Sie?

Mir hat schon immer das Lebensmotto «The best way out is right through» gefallen und oft auch geholfen: «Der beste Ausweg ist der Weg mittendurch». Das ist auch eine gute Einstellung in Zeiten des

Wandels. Dr. Peter Hogenkamp hat das kürzlich im Fazit seines Vortrags zur Digitalisierung für KMU so ausgedrückt: «Egal, womit Sie heute Ihr Geld verdienen, irgendwann wird etwas Besseres kommen. Auch wenn es heute noch nicht da ist – machen Sie sich am besten möglichst bald damit vertraut...». Also: aufbrechen, anpacken, ausprobieren.

Die Digitalisierung erfordert, die eigene Denkart zu hinterfragen. Wie macht man das? Haben Sie da ein Rezept?

Altes verlernen geht am besten, wenn man sich offen neuen Erfahrungen aussetzt und dann auch mit Neugierde darüber nachdenkt. Als Geschäftsinhaber will man nicht nur denken und konzipieren, sondern machen. Erste wichtige Schritte, um in Aktion zu kommen: nicht nur über Neuerungen lesen, sondern sich bewusst Selbsterfahrungen aussetzen, wieso nicht auf Reisen einmal Fahrdienst-Apps und andere digitale Services als Privatperson nutzen? Erst mit solchen Aha-Erlebnissen kann man mitreden und fundiert Neues entwerfen. Wir merken oft nicht, dass wir uns als Konsumenten schon selbst mühelos in digitalen Welten bewegen, Reisen buchen und in Online-Shops einkaufen oder auf WhatsApp-artige Kommunikationsformen umsteigen, während uns Entsprechendes für die eigene Arbeit und das eigene Geschäft gar nicht in den Sinn kommt.

Sie sagen, Digitalisierung sei Chefsache. In vielen Betrieben, vor allem kleineren, fehlt dem Chef aber die Zeit, sich auch noch um die zukunftsfähige Entwicklung zu kümmern. Ausserdem fehlt vielen schlicht das digitale Know-how. Was kann man in einer solchen Situation tun?

Ich will hier auf keinen Fall belehrend wirken, aber in vielen Betrieben gibt es noch Luft, um durch eine bessere Organisation der aktuellen Geschäftsprozesse Zeit für Strategiearbeit frei zu machen. Der fundamentale Wandel wird sich nicht von einem Tag auf den anderen vollziehen, sondern lässt Vorbereitungszeit. Ich höre oft, dass in der Wirtschaft der Druck einfach noch nicht hoch genug sei, das anzupacken. Gerade in guten Zeiten, nicht in der Krise, ist der richtige Zeitpunkt, Geld und Zeit zu investieren.

Das klingt nach einer schönen Theorie. Tatsache bleibt, dass in vielen Betrieben die nötige Kapazität fehlt...

Es gibt unzählige Unternehmen, die bereits zweigleisig fahren: Einerseits wird das operative, bestehende Geschäft mit kontinuierlichen Verbesserungen geführt. Andererseits kümmert sich jemand parallel dazu um die Zukunft. Dass das eine Herausforderung ist, ist mir bewusst. Und auch, dass es nur wenigen Betrieben gelingt, beide Aufgaben einer Person zu übertragen. Bei grösseren Unternehmen sehen wir, dass dafür oft jüngere Mitarbeitende miteinbezogen werden. Man nennt das Intrapreneurship-Programm. Diese Personen kennen nicht nur das bestehende Geschäft sehr gut, sie haben gleich-

Leistungen wird sicher wachsen»

zeitig wenig Berührungsängste mit Experimenten. Das Ganze ist ein organisationaler Lernprozess und erfordert Geduld und kontinuierliche Gestaltungsarbeit. Als Führungskraft im Wandel ist man nur wirksam, wenn man Zukunftsentscheide verinnerlicht und als Identifikationsfigur vorangeht; dafür sollte man sich Zeit geben.

Bei der Entwicklung von neuen Dienstleistungen soll man Ihrer Ansicht nach «radikal von der Sicht des Kunden ausgehen». Ist das einer der Schlüssel für eine erfolgreiche Zukunft?

Ohne diese Denkhaltung und ohne entsprechende Managementmethoden fehlt der wesentlichste Erfolgsfaktor, gerade wenn und weil sich Kundenerwartungen und Kundenverhalten stark verändern. Profunde Kenntnisse über die Wünsche des einzelnen Kunden und Einfühlungsvermögen waren schon immer auch unabhängig von der Digitalisierung wichtig. Sie werden mit der Digitalisierung nun noch wichtiger, weil zu dem persönlichen Kontakt in Anwesenheit nun noch weitere digitale Kontaktmöglichkeiten hinzu kommen, die vielfach genauso persönlich gestaltet werden können und auch so empfunden werden. Diese sind nicht in allen, aber in vielen Situationen für die Kunden bequemer und werden deshalb dann erste Wahl für sie sein. Wenn beispielsweise Grosseltern mit ihren Enkeln skypen, dann denken sie nach den ersten Malen gar nicht mehr, dass sie da gerade etwas «Digitales» machen.

In dieses Kapitel gehört, dass sich der Unternehmer im Autogewerbe noch stärker auf eine sinnvolle Nutzung seiner Kundendaten konzentriert, weil sie künftig einen noch viel wichtigeren Stellenwert haben. Wie kann er dieses Thema konkret angehen?

Gute Dienstleister kennen den Wert ihres Kundenwissens und der dafür nötigen Daten. Viele in Unternehmen vorhandene Daten werden aber gar nicht genutzt, das heisst, man kann alleine schon dadurch etwas gewinnen, wenn man mit Daten, die bereits im eigenen Verfügungsbereich sind, intelligenter umgeht. Wenn man sich an die Digitalisierung von Geschäftsabläufen macht, erschliessen sich oft ganz von selbst Potenziale, die in der besseren Datennutzung liegen. Viele nützliche Erkenntnisse ergeben sich aus der Verknüpfung von Daten. Und je mehr das Fahrzeug selbst und die Mobilität des Nutzers und dessen Verhalten digitalisiert werden, desto mehr Datenquellen existieren.

Einer Ihrer Ansätze ist, über Branchengrenzen hinweg zu kooperieren. Wie geht man das an?

Durch räumliche Nähe von Teams, die an innovativen Entwicklungen arbeiten. Der Garagist sollte die Nähe zu jungen Firmen suchen, die tüfteln. Auch hier gilt: Berührungsängste ablegen, auf Leute zugehen, neugierig sein und zusammen nach Lösungen suchen. Das muss nicht jeder für sich tun, man kann sich für so etwas auch mit Kollegen zusammenschliessen. <



Professorin Dr. Andrea Back von der Universität St. Gallen.

Interview mit Marc Kessler, CEO Quality1 AG

«Ich bin mir sicher, dass der

Zum zweiten Mal nach 2017 tritt der Garantieranbieter Quality1 am «Tag der Schweizer Garagisten» als Hauptsponsor auf. CEO Marc Kessler äussert sich im Interview über den grössten Event der Schweizer Autobranche, über die Zukunft der Mobilität und über den Einfluss des Technologiewandels auf das Garantiegeschäft. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ Herr Kessler, Quality1 ist erneut Hauptsponsor am «Tag der Schweizer Garagisten». Wieso engagiert sich Quality1 derart stark an dieser Tagung?

Marc Kessler: Der AGVS mit seiner grossen Garagistenorganisation ist für uns ein wichtiger Partner. Wir pflegen seit 2005 eine erfolgreiche, partnerschaftliche Zusammenarbeit. Mit den Präsentationen und Diskussionen am «Tag der Schweizer Garagisten» werden wichtige Impulse für zukünftige Herausforderungen und Entwicklungen gesetzt. Es ist uns wichtig, Teil davon zu sein und mit unserem Engagement einen Beitrag zu leisten. Natürlich ist diese Plattform auch ideal, um unser Angebot anzuwerben sowie bestehende Kontakte zu pflegen und neue zu knüpfen.

Das Motto der Tagung lautet «Mission Mobilität. Die Rolle des Garagisten: was ändert – und was bleibt». Der Garagist wird sich in Richtung Mobilitätsdienstleister entwickeln: Wie kann Quality1 den

Garagisten auf diesem Weg unterstützen?

Das Fahrzeug bleibt bei den neuen Mobilitätsmodellen ein zentraler Faktor. Der Kontakt zum Fahrzeughalter sowie die Servicequalität sind auch in Zukunft für den Erfolg von Garagisten die Schlüsselemente. Mit unserem aktuellen Angebot bieten wir den Garagisten ein Instrumentarium, um den Fahrzeughalter zu binden und den gewünschten Service bieten zu können. Wir werden hier mit der Zeit gehen und unsere Dienstleistungen künftig noch mehr auf das Thema Kontaktmöglichkeiten und Servicequalität ausrichten.

Die Antriebstechnologien ändern sich und mit ihnen das Geschäftsmodell des Garagisten. Ein Elektrofahrzeug benötigt viel weniger Wartung und weniger Reparaturen als ein Auto mit Verbrennungsmotor. Welche Auswirkungen hat dieser technologische Wandel auf Ihr Geschäft als Garantieranbieter?

So wie sich der Arbeitsfokus beim Garagisten in Zukunft verändern wird, so wird es auch zu Anpassungen in unserem An-

gebot kommen. Klar ist, dass sich der Deckungsumfang unserer Garantien wie auch unseres Service/Wartungspaketes aufgrund des technologischen Wandels verändern wird – ich denke da insbesondere an neue Fahrzeugbestandteile. Auch bei den alternativen Antrieben – wir wollen nicht nur vom Elektrofahrzeug sprechen – wird es aber Reparatur- und Wartungsbedarf geben, der über eine Garantie beziehungsweise ein Service/Wartungspaket abgesichert werden kann.

Teilen Sie die Sorge vieler Garagisten, dass der Elektromotor die Branche in die Krise stürzen kann?

Weiterentwicklung bedeutet auch Veränderung. Ich verstehe die Sorge der Garagisten, bin mir aber sicher, dass der Beruf Garagist Zukunft hat. Das Profil wird sich über die nächsten Jahre verändern, mit all den damit verbundenen Chancen!

Amazon ist dabei, auch Autos online zu verkaufen. Welchen Einfluss hätte der Markteintritt eines solchen Giganten auf Ihr Geschäftsmodell?

Der Fahrzeugverkauf wird generell digi-



«Der Fahrzeuggarantiemarkt in der Schweiz wurde in den letzten Jahren härter umkämpft.»

Marc Kessler ist seit 2015 Chief Executive Officer der Quality1 AG.

Beruf Garagist Zukunft hat»

taler. Der Eintritt von Amazon in das Fahrzeuggeschäft ist ein weiterer Schritt in diese Richtung. Auf unser Geschäftsmodell hat diese Entwicklung kurz- bis mittelfristig keinen Effekt – ob langfristig, wird sich zeigen.

Quality1 ist seit 2002 im Markt. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Ein zentraler Pfeiler unseres Erfolgs sind lange, konstante Partnerschaften mit dem AGVS, Importeuren und Garagisten sowie Händlern. Ein anderer sind unsere Produkt- und Servicequalität. Zudem: Unser gut ausgebildetes und motiviertes Team, das tagtäglich zum Wohl unserer Kunden Top-Leistungen erbringt!

Mittlerweile gehören zahlreiche Garagenkonzepte, Importeure und Finanzdienstleister zu Ihrem Kundenportfolio. Wo und wie will Quality1 noch wachsen?

Es ist eine Tatsache, dass der Fahrzeuggarantiemarkt in der Schweiz in den letzten Jahren noch härter umkämpft wurde. Unsere Mitbewerber und wir bearbeiten einen gesättigten Markt. Wachstum bedeutet harte Arbeit! Wir sehen aber weiterhin Potenzial bei den Garagisten und Händlern in der Neukundenakquise. Aber, wie gesagt, die Pflege der bestehenden Partnerschaften ist uns sehr wichtig.

Und wo liegen die Grenzen des Wachstums?

Die Grenzen des Wachstums ergeben sich aus dem Fahrzeugmarkt Schweiz. Stagniert der Bestand an Fahrzeugen wie auch die Anzahl an Neuzulassungen, spüren wir das – wenn auch mit einer leichten Verzögerung.

Neben PW versichern Sie auch Motorräder, Agrarfahrzeuge und seit April 2016 Boote. Gibt es weitere Ausbaupläne? Es ist Winter – wie wäre es beispielsweise mit Pistenfahrzeugen?

Der Ausbau unseres Garantieangebots auf weitere Fahrzeugarten war einer unserer Fokusse in den letzten Jahren. Bei der Erweiterung des Tätigkeitsgebiets ist der Blick auf das Marktvolumen eine der ersten

Aktionen: Der Markt an Pistenfahrzeugen ist sehr überschaubar, ein Pricing – auch mit Blick auf den Beanspruchungsgrad der Fahrzeuge – äussert herausfordernd. Daher Nein, ein Garantieangebot für Pistenfahrzeuge wird es in 2018 seitens Quality1 nicht geben.

«Der Fahrzeugverkauf wird digitaler. Welche langfristigen Auswirkungen diese Entwicklung auf unser Geschäftsmodell hat, wird sich zeigen.»

Die Autos werden immer besser, immer zuverlässiger. Ist das für einen Garantieanbieter gut, weil er weniger Schadenfälle abwickeln muss oder schlecht, weil der Preis für die einzelne Police sinkt?

Wie Sie es richtig beschreiben, hat die technologische Entwicklung der Fahrzeuge einen Einfluss auf unser Geschäft. Technische Verbesserungen verändern das Schadenbild. Inwieweit die Schaden-

bearbeitung einfacher wird, gilt es noch zu klären. Denn mit dem technischen Wandel ist auch der Einbau zusätzlicher Fahrzeugbauteile verbunden. Die Auswirkung auf die Tarifsituation wird sich zeigen.

Die Digitalisierung schreitet voran. Auch Quality1 bietet mit dem B2B-Portal carplus.ch und der eigenen App eine schnelle, digitale Möglichkeit, Schäden anzumelden. Welche Entwicklungen sind hier zu erwarten?

Die App-Weiterentwicklung ist ein Anliegen von uns, wobei aktuell der Fokus auf der Optimierung unserer bestehenden Instrumente für unsere Kunden liegt.

Werfen wir einen Blick ins Jahr 2018: Was dürfen die Garagisten von Quality1 erwarten? Was ist an Innovation in der Pipeline?

Das Jahr 2018 wird ein spannendes Jahr für unsere bestehenden und potenziellen Kunden. Mehr dazu zur gegebenen Zeit! <

Das spricht für eine Partnerschaft mit Quality1

Starke Werbewirkung:

Das umfangreiche POS-Material von Quality1 erhalten Garagisten kostenlos vom für das jeweilige Gebiet zuständigen Aussendienstmitarbeiter oder vom Kundendienst.

Steigerung der Kundenzufriedenheit und -bindung:

Die Notwendigkeit, Neukunden nicht nur zu gewinnen, sondern diese auch langfristig zu halten, wird immer wichtiger. Loyale Stammkunden tragen wesentlich zum Erfolg eines Unternehmens bei. Die Dienstleistungen von Quality1 unterstützen Garagisten dabei.

Umfassender Service:

Neun Aussendienstmitarbeiter sowie ein dreisprachiger Innendienst stehen den Garagisten für Fragen und Anliegen kompetent und engagiert zur Seite.

Einfache und unbürokratische Systeme:

Erfassen einer Garantie innerhalb von nur 100 Sekunden über das B2B-Portal von Quality1. Über die Quality1-App kann ein Schadenfall mit nur wenigen Klicks erfasst werden. Damit sparen Garagisten Zeit und Ressourcen und können sich schnell wieder auf ihr Kerngeschäft fokussieren.

Tiefe Durchlaufzeiten: Eine Schadenfreigabe erfolgt innerhalb von 15 Minuten und die Schadenzahlung innerhalb von zehn Tagen.

Loyalitätsprogramm: Im Bonus Shop der Quality1 können Garagisten von einem attraktiven Angebot an Produkten und Gutscheinen profitieren.



Europäischer Verband des Kraftfahrzeuggewerbes Cebra

Im fernen Brüssel – aber trotzdem nah beim Schweizer Garagisten

Wenn am «Tag der Schweizer Garagisten» vom 17. Januar der französische Garagist Jean-Charles Herrenschmidt als Diskussionsteilnehmer auftritt, so macht er das auch in seiner Funktion als Präsident einer Organisation, die die Interessen der Schweizer Garagisten in Brüssel vertritt: der Cebra, des Europäischen Verbandes des Kraftfahrzeuggewerbes. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Die politische und wirtschaftliche Interessenvertretung zugunsten der AGVS-Mitglieder findet auf verschiedenen Ebenen statt: Auf der nationalen wird sie durch den Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS) wahrgenommen. Zusammen mit seinen Partnern Auto-Schweiz, Astag, Strasseschweiz und dem Schweizerischen Gewerbeverband setzt er sich für möglichst optimale Rahmenbedingungen für das Autogewerbe ein – in der Verkehrs-, der Wirtschafts- und Gewerbepolitik genauso wie in der Bildungspolitik. Jüngstes Beispiel dafür ist die anstehende Revision des eidgenössischen Datenschutzgesetzes. Erfolgreich war der Verband auch, als es zu verhindern galt, dass die MFK-Intervalle unverantwortlich verlängert werden sollten. Das beste Beispiel für eine erfolgreiche Lobbyarbeit des Verbandes in jüngster Zeit aber ist und bleibt die Verlängerung der KFZ-Bekanntmachung, die die Interessen des Garagisten nachhaltig schützt.

24 nationale Verbände mit 336 720 Unternehmen

Die Wahrnehmung der Interessen des Garagisten ist auf europäischer Ebene mindestens so wichtig. Hier werden Gesetze gemacht, die Auswirkungen auf die gesamte

europäische Automobilindustrie haben und, indirekt, auch auf die Schweiz. Diese Interessenwahrnehmung wird vom Europäischen Verband des Kraftfahrzeuggewerbes (Cebra) sichergestellt. Unter seinem Dach sind 24 nationale Verbände sowie zwölf europäische Händlerverbände als Vertretung der Händler bestimmter Marken vereint. Damit vertritt die Cebra aktuell 336 720 Unternehmen des Kraftfahrzeughandels und Garagen. Eingeschlossen darin sind auch die Händler und Werkstätten von Nutzfahrzeugen, Markenvertreter sowie unabhängige Werkstätten.

Domiziliert ist die Cebra in Brüssel, 15 Autominuten von der EU-Zentrale entfernt. Massgeblich ist aber nicht die geografische Nähe zum Machtzentrum Europas, sondern die personelle. Vertreter der Cebra nehmen an derselben Art von Veranstaltungen und Treffen auf EU-Ebene teil wie die Hersteller. «Auf EU-Ebene ist jeder gut darüber informiert, dass es nur einen einzigen Vertreter der Autohändler und Werkstätten gibt», sagt Cebra-Generaldirektor Bernard Lycke (siehe Box) gegenüber AUTOINSIDE, «und das sind wir».

Den «Bodenkontakt» sichergestellt

Einfluss zu nehmen für die Interessen der Garagisten sei die wichtigste Tätigkeit der

Cebra überhaupt, erläutert Lycke. Aktuell findet sie in drei verschiedenen Arbeitsgruppen statt: Konnektivität und der damit verbundene Zugang zu Daten, Verbraucherrechte und Franchising. Bernard Lycke legt Wert darauf, festzustellen, dass sein Verband keine abgehobene Institution sei, die sich im Dunst der Politik bewege und den Bodenkontakt verloren habe: «Wir sind regelmässig draussen bei unseren Mitgliedern und tauschen uns aus. Diese Kontakte sind für uns enorm wichtig.» Kommt dazu: Cebra-Präsident Jean-Charles Herrenschmidt ist selber Garagist und führt über seine Familie mehrere Betriebe in Frankreich. Herrenschmidt wird am 17. Januar anlässlich dem «Tag der Schweizer Garagisten» im Kursaal in Bern zusammen mit Gerhard Schürmann, dem CEO der Emil Frey Gruppe, an einer Diskussion teilnehmen. Thema: Die Folgen für den Garagisten, wenn sich die Hersteller immer stärker in Richtung Mobilitätsdienstleister entwickeln.

Die Cebra vertritt die Interessen des Garagisten nicht nur politisch. Um die Entwicklung der Mobilität aus Sicht ihrer Mitglieder aktiv mitzugestalten, ist sie unter anderem Mitglied der Interessengemeinschaft «MaaS» («Mobility as a Service»). Diese Organisation baut auf europäischer Ebene eine zentrale Mobilitätsplattform auf.

Zukunft des Garagisten

Selbstredend, dass sich die Cebra im Rahmen ihrer Arbeit auch mit der Zukunft des Garagisten auseinandersetzt. Lycke sieht hier einen erheblichen Anpassungsdruck. Sich schon jetzt abzeichnende Trends wie die

Unser Mann in Brüssel

Bernard Lycke ist Generaldirektor der Cebra und seit dem 1. Februar 2011 für das Cebra-Büro in Brüssel verantwortlich. Davor war er Generalsekretär von G.D.A. («Groupement des Distributeurs et Agents de Marques Automobiles») in Belgien. Im Bereich der Fahrzeugdistribution ist er Mitglied des E.D.L. Netzwerks (European Distribution Lawyers), einer internationalen Vereinigung von Rechtsanwälten und Vertretern von Berufsverbänden, die im Vertriebssektor tätig sind.



Konnektivität, die Elektrifizierung des Antriebs, die zunehmende Präsenz von Neueinsteigern wie Tesla oder der sich abzeichnende Direktvertrieb der Hersteller «werden das Geschäftsmodell der Autohäuser und Werkstätten unter Druck setzen». Deshalb würden sich alle Glieder der automobilen Wertschöpfungskette anpassen müssen, «nicht nur die Garagisten selber, sondern auch die Hersteller, die Teilelieferanten wie auch der gesamte Aftermarket».

Sehr aufmerksam beobachtet hat man in Brüssel auch die Diskussion rund um mögliche Fahrverbote für ältere Dieselfahrzeuge, die im vergangenen Sommer in Deutschland geführt wurde und die – mit einer leichten zeitlichen Verzögerung – auf die umliegenden Länder übergeschwappt ist. Nicht, was die Fahrverbote, eher, was die Auswirkungen auf Neuzulassungen, Standzeiten und Occasionspreise betrifft. «Die Debatte war überhaupt nicht ausgewogen», bilanziert Lycke, «aber

als Organisation müssen wir die neuere Entwicklung rund um den Diesel sehr genau beobachten.» Lycke macht kein Geheimnis daraus, dass er mittel- bis langfristig mit einem deutlichen Rückgang des Verbrennungsmotors an sich rechnet. <



Das Europaparlamentsgebäude in Brüssel.

AK MOBIL ist die Ausgleichskasse der Berufsverbände AGVS 2rad Schweiz

Auch 2018 kompetent beraten.

Die Ausgleichskasse MOBIL bedankt sich für Ihr Vertrauen und wünscht Ihnen für das neue Jahr gute Gesundheit und viel Erfolg.

AK MOBIL, Wölflistrasse 5, Postfach, CH-3000 Bern 22, Tel +41 (0)31 326 20 20, www.akmobil.ch

AK MOBIL
CC 33

Europäischer Verband des Kraftfahrzeuggewerbes Cebra

«Gear 2030»: Ungehinderter Zugang zu Fahrzeugdaten

Auf welchem Level sich der Europäische Verband des Kraftfahrzeuggewerbes (Cebra) auch für die Interessen der Schweizer Garagisten einsetzt, zeigt sich am Beispiel des kürzlich erschienenen Berichts «Gear 2030». **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Eine hochrangige Gruppe für die Automobilindustrie (Originaltitel: «High Level Group on the Competitiveness and Sustainable Growth of the Automotive Industry in the European Union») hat im Auftrag der Europäischen Kommission die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Automobilindustrie untersucht.

Aufschlussreiche Bestandesaufnahme

Ihr Bericht ist eine gründliche Bestandesaufnahme der aktuellen Situation von Herstellern, Garagisten und Zulieferern. «Gear 2030» bildet eine wichtige Grundlage für eine umfassende Strategie, mit der die EU die Marktposition ihrer für die gesamte Wirtschaft enorm wichtigen Automobilindustrie behaupten will. Darin wird unter anderem klar:

- Die Führung der EU rechnet stark damit, dass die Automobilindustrie und damit die gesamte Wertschöpfungskette unter starken Druck aus Asien auf der einen und von Unternehmen der Unterhaltungselektronik und der Informations- und Kommunikationstechnologie auf der anderen Seite geraten werden.
- Der Verbrennungsmotor ist angezählt. Die EU spricht im Zusammenhang mit der Entwicklung von alternativen Antrieben von einem «Wendepunkt für die Automobilbranche».
- Der Produktionszyklus und die Entwicklung innovativer Produkte werden sich aus Sicht der EU deutlich dynamisieren müssen, um überhaupt Schritt zu halten.
- Der Onlinehandel wird – auch im Auto-Sektor – deutlich an Bedeutung gewinnen.
- Fahrzeugdaten sollen grundsätzlich für alle Marktteilnehmer zugänglich sein – also auch für den Garagisten. Allerdings gewichtet die EU-Kommission die Datenhoheit der Kunden sehr stark – genauso wie die Datensicherheit.
- Die Cebra konnte sich namentlich im Bereich «Zugang zu Fahrzeugdaten» mit Empfehlungen einbringen. Ziel ist es, auch für freie Garagisten einen ungehinderten Zugang zu Fahrzeugdaten zu ermöglichen – und allen Garagisten einen solchen zu den Daten, die das Fahrzeug sammelt. <

The Real Car Wash Factory!
Engineered for
the future...
für Ihren Erfolg!

Be different, be better!

Tel. +41 56 648 70 80
verkauf-ch@christ-ag.com
www.christ-ag.com



Christ
WASH SYSTEMS

Zentralschweiz

Aus dem Werkstattalltag gerissen: Eine Garage steht hinter ihrem Lernenden

Die Achterbahnfahrt des Lebens erfasst eine Garage mitunter ungeahnt und mit voller Wucht. Als Paulo Araujo seinem Lehrmeister Ivo Musch von der Centralgarage Musch in Altdorf von einem schweren Schicksalsschlag berichten musste, galt es für alle – das private Umfeld wie auch das Garagenteam und die Berufsschulverantwortlichen – zusammenzuhalten, Verständnis zu zeigen, sich mit der Situation zu arrangieren und nach vorne zu blicken.

Tatjana Kistler, Redaktion



Hat sein Lachen nicht verloren: Der Automobil-Fachmann Paulo Araujo an seinem Arbeitsplatz in der Centralgarage Musch in Altdorf.

■ Sommer liegt in der Luft, in der Centralgarage Musch an der Gotthardstrasse in Altdorf ist es vergleichsweise ruhig – es bleibt Zeit, sich jenen Arbeiten zu widmen, die während des üblich stressigen Werkstattalltags warten müssen. Und heute steht das Team im Fokus: Die Mitarbeiter wollen auf dem Klausenpass zusammen zu Abend essen, die Geselligkeit und den kollegialen Umgang pflegen. Inhaber Ivo Musch bittet seinen Lernenden Paulo Araujo zu fahren. Noch so gern führt der angehende Automobil-Fachmann im zweiten Lehrjahr diese Aufgabe aus – denn Autos sind nicht nur sein Beruf, sie

sind auch seine Leidenschaft. «Auf dem Parkplatz angelangt, lege ich den Rückwärtsgang ein, weit und breit kein Hindernis», schildert der heute 22-Jährige die gewohnten Schritte des Rückwärtsparkierens – doch dann kracht es, materiell wie auch privat.

Eine Kollision, ein Untersuch, ein Schicksalsschlag

«Paulo fährt rückwärts gegen die Leitplanke – ohne ersichtlichen Grund», erinnert sich Ivo Musch an die Begebenheit, die ungeahnte Konsequenzen nach sich ziehen sollte. «Er erzählte mir, dass er seit

einiger Zeit an Kopfschmerzen leide, ja, dass es ihm plötzlich schwarz vor Augen werde», so Musch, der seinen Auszubildenden darum bittet, den Arzt zu konsultieren.

Zwei Tage später dann die Diagnose: Paulo Araujo leidet an einem Hirntumor, dessen Ableger unter anderem so nahe am Sehnerv liegen, dass eine Operation ausgeschlossen werden muss. «Ich fahre guten Mutes zu meinem Hausarzt – einige Minuten später sitze ich schon im Krankenauto und bin auf dem Weg nach Basel, wo ich schnellstmöglich behandelt werden muss», schildert der junge Mann seinen Schicksalsschlag. Keine Woche später ist der Stammtumor operativ entfernt, doch Paulo Araujo muss seine Bewegungsfähigkeit sowie seine Seh-, Tast- und Geschmackssinne wiedererlangen, geht vorerst am Rollator und muss sich bis zur weiteren Chemotherapie zu Hause in Wassen schonen. Eine Geduldssprobe sowohl für den Betroffenen und seine Familie als auch für seinen Lehrbetrieb. Denn fehlt einer der zwölf Mitarbeiter voraussichtlich während eines ganzen Jahres, gilt es, als Team zusammenzuhalten, sich mit der Arbeitslast zu arrangieren, den Heilungsverlauf abzuwarten. Eine Situation, die einen Lehrabbruch nach sich zieht? «Niemals», so Ivo Musch prompt. «Denn das hätte Paulo



«Nebst dem Fachlichen müssen wir bei der Ausbildung eine gesellschaftliche Pflicht erfüllen.»

Ivo Musch, Inhaber Centralgarage Musch AG

völlig den Boden unter den Füßen entzogen, ihm sämtliche Motivation und Zukunftsperspektiven entrissen.»

Ungewissheit lähmt in der Unternehmensplanung

Eine ungewisse Situation, die einen Garageninhaber blockiert. Musch spricht

in seiner Verantwortung als Unternehmer klare Worte: «Ein Lernender ist während seiner Ausbildung drei Tage pro Woche in der Berufsschule, zudem nicht für alle Arbeiten einsetzbar – aber fehlt dennoch schmerzlich.» Nebst der Unsicherheit ob des Krankheitsverlaufs und ob der Mitarbeiter überhaupt wieder zurückkehren könne, lähmte eine weitere Frage: Wie soll Paulo dereinst wieder ins Team integriert werden, sprich wie wird er einsetzbar sein?

Vier Faktoren zum Firmenerfolg

Eine Situation also, die einen Arbeitgeber plötzlich in eine neue Rolle schlüpfen lässt – die des Familienvaters, der die schützende Hand über seinen Lernenden hält. Diese Haltung wird deutlich, wenn ein Kunde Ivo Musch nach dem Erfolg eines Geschäftsjahrs fragt. «Diesen mache ich stets von vier Komponenten abhängig: Ist keinem meiner Mitarbeiter ein Unfall oder eine schwerwiegende Krankheit widerfahren? Waren wir in keine Rechtsstreitigkeiten involviert? Hatten wir Spass bei unserer Arbeit? Hat es sich gelohnt?»

Kurzum: Das Finanzielle muss stimmen, aber das Traditions- und Familienunternehmen (siehe Box) gewichtet die sozialen Kriterien als genauso wichtig für den unter-



Felsenfest: Mit seinem Durchhaltewillen und dem erfolgreichen Lehrabschluss erarbeitete sich Paulo Araujo trotz gesundheitlicher Rückschläge eine Karrierebasis – und seinem Ausbildungsbetrieb hält er die Treue.

nehmerischen Erfolg. Werte, die auch die Kundschaft mitbekommen soll.

Fachkräfte und Menschen weiterbringen

So richtet Musch seinen Appell an die Ausbildungsbetriebe: «Nebst dem Fachlichen müssen wir eine gesellschaftliche Pflicht erfüllen. Unser Berufsnachwuchs wird in ein herausforderungsreiches Umfeld entlassen. Er muss imstande sein, sich auf rasante Entwicklungen einzustellen, sich an technische Veränderungen wie auch von Kunden geäusserte Bedürfnisse anzupassen, in seinen Umgangsformen korrekt und in der Lage sein, Entscheidungen zu treffen und auf eigenen Beinen zu stehen.»

Diese Adaptionsfähigkeit käme schliesslich der Branche zugute. «Es gibt immer wieder Werkstattmitarbeiter, egal welchen Alters, die frühmorgens mit der Erwartungshaltung auftauchen, dass ihnen der Chef ein Auto organisiert hat, an dem sie bis 17 Uhr arbeiten und dann pünktlich wieder nach Hause können. Diese Zeiten sind vorbei, die Zukunft ist unberechenbarer, individueller», gibt Ivo Musch zu bedenken, «denn das Zentrum unseres Tuns ist, das Bedürfnis des Kunden an seinem investitionsintensiven Fahrzeug optimal zu befriedigen.»

Will heissen: Die Ausbildung muss Werthaltungen vermitteln, den Branchennachwuchs zu Mobilitätsdienstleistern heranreifen lassen, die fähig sind, im Gespräch und im Handwerk auf den Kundenwunsch einzugehen, Vertrauen zu schaffen und so eine Garage unternehmens- und überlebensfähig zu erhalten.

Wieder im Garagenalltag integriert und dankbar

Im August 2016 nimmt Paulo Araújo's Alltag nach Operation, Bestrahlung und Chemotherapie wieder Fahrt auf – «endlich», wie der 22-Jährige betont. «Ich konnte wieder Auto fahren, mich frei bewegen, mein letztes Lehrjahr in Angriff nehmen und mit einem Jahr Verzögerung wieder in die Berufsschule einsteigen.»

Obschon ihm während des Qualifikationsverfahrens des Öfteren Kopfschmerzen und Blackouts einen Strich durch die Rechnung zu machen drohten, blieb Araújo am Ball. «Ich erhielt von den Experten an den Lehrabschlussprüfungen gar ein bisschen mehr Zeit als die anderen Kandidaten, damit ich, falls mein Kopf wieder auf Pause drücken sollte, nicht zusätzlich nervös sein musste», sagt er dankend. Und das Dranbleiben hat sich auszahlt: Heute darf sich Paulo Araújo eidgenössisch diplomierter Automobil-Fachmann nennen. Eine Berufswahl und solide Grundbildung, die ihm viele Türen öffnete, einen abwechslungsreichen Alltag bereithalte und – nicht zuletzt – viel Freude bereite. Genau diese Freude und Dankbarkeit will er seinem Chef, seinem Team und den zahlreichen Kunden, die oft nach seinem Befinden gefragt haben, weiterhin in der Centralgarage Musch in Altdorf unter Beweis stellen. <



Ein gutes Team: Paulo Araújo und sein Chef Ivo Musch.

Der erste Urner Automechanikermeister

Die Centralgarage Musch, vor über 80 Jahren vom ersten Urner Automechanikermeister gegründet und heute in dritter Generation von Ivo Musch geführt, ist Generalunternehmer und versteht sich als Ansprechpartner in Sachen individuelle Mobilität. Zum Angebot des zwölfköpfigen Teams des Nissan-, Citroën- und Subaruvertreter gehört neben dem Verkauf von Neuwagen und Occasionsfahrzeugen eine grosse Leistungspalette von Reparatur, Wartung und Service über Ersatzteile, Reifen und Zubehör bis zur Abwicklung von Carrosserie-, Lack- und Glasarbeiten.

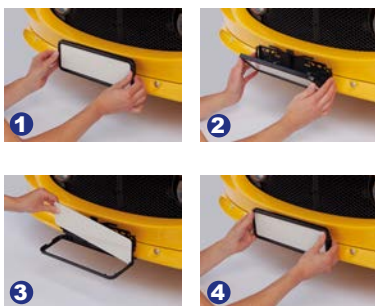
www.centralgaragemusch.ch

Easyclick

flach, funktional, stylisch und einfach
- das revolutionäre Wechselnummern-System.

Erhältlich in den Farben:

- Schwarz
- Chrom glänzend
- Chrom matt
- Schwarz-Carbon



Erhältlich im
Autofachhandel oder
Autogaragen

Easyclick

Easyclick

Tegro AG
— MTS

Ringstrasse 3 | 8603 Schwerzenbach
Tel. +41 (0) 44 806 88 88 | info@tegro.ch



Eine Autopflege-Serie auf höchstem Niveau!



Mehr Inhalt, mehr Leser

AGVS-Medien auf Erfolgskurs

Nicht nur die Autobranche erlebt einen Umbruch, auch in der Schweizer Medienbranche bleibt kaum ein Stein auf dem anderen. In der Krise der Schweizer Verlagshäuser werden die eigenen Medien immer wichtiger. Auch für den AGVS.

Sandro Compagno, Redaktion



«Ein Fachmagazin wie AUTO-INSIDE ist auch in der heutigen digitalen Zeit noch immer wichtig. Ich kann Themen daraus direkt am Tisch mit Mitarbeitern diskutieren.»

*Christian Müller, Garagist und Präsident
AGVS-Sektion Zürich*

■ Damit eine Branche glaubwürdig und konsistent nach aussen kommunizieren kann, muss sie nach innen geeint sein. Mit seinen Medien hat der AGVS die Möglichkeit, diese Einigkeit zu stärken.

Heutzutage wird zwischen paid media, (bezahlter Content/bezahlte Werbung auf Nachrichtenseiten), owned media (eigene Plattformen) und earned media (über PR erreichte Medien) unterschieden. Ohne eigene Medien sind Verbände auf die Unterstützung der Massenmedien angewiesen. Doch diese spielen für die Informationsbedürfnisse eines Verbandes nur eine untergeordnete Rolle. Umso wichtiger sind die eigenen Plattformen, unabhängig von der Branche, im Print wie auch in zu-

nehmendem Masse online. Der AGVS hat das früh erkannt und den Schritt in die digitale Welt vollzogen: So wurde 2014 die Verbandswebsite agvs-upsa.ch neu konzipiert und seither konsequent ausgebaut. Jüngstes Beispiel für die stetige Weiterentwicklung der eigenen Medien ist der komplett neu gestaltete Auftritt der Berufsbildungsplattform autoberufe.ch.

Das alles ist kein Selbstzweck. Mit seinen Medien – im Print mit AUTO-INSIDE, online mit agvs-upsa.ch, den 21 Sektionsseiten, autoenergiecheck.ch und autoberufe.ch, unterstützt durch den



«Die ESA und die AGVS-Medien pflegen eine langjährige Partnerschaft. Wir gratulieren AUTOINSIDE und den AGVS-Medien zu ihrer Entwicklung und zu ihrer Performance.»

Matthias Kruppen, Leiter Management Services & Kommunikation bei der ESA



«Für die Auto-i-dat AG ist die Kombination mit dem Print-medium AUTOINSIDE und der sehr gut besuchten Website ein unschlagbarer Zugang zum automobilen Markt. Wir erhalten sehr viel wertvolles Feedback über die AGVS-Medien und deren relevanten Inhalte.»

Wolfgang Schinagl, CEO Auto-i-dat AG

wöchentlich erscheinenden Newsletter – berichtet der AGVS aktuell, fundiert und vertrauenswürdig über News, Hintergründe und Entwicklungen im Schweizer Autogewerbe. Der Fokus liegt dabei auf dem konkreten Nutzwert für die Leser und Nutzer, die Entscheidungsträger im Schweizer Autogewerbe.

Das Angebot findet Anklang: Die Medien des Schweizer Garagistenverbandes blicken auf ein erfolgreiches Jahr 2017 zurück. Im September beglaubigte die AG für Werbemedienforschung (Wemf) dem Branchen- und Fachmagazin AUTOINSIDE eine Auflage von 12 289 Exemplaren. Das entspricht in einem rückläufigen Markt einer Steigerung um 409 Exemplare. Die

Medienforscher der Wemf gehen bei Fachmagazinen von 2,5 Lesern pro gedrucktem Exemplar aus, womit AUTOINSIDE elfmal pro Jahr mehr als 30 000 Leserinnen und Leser erreicht.

Auch online hat sich das Wachstum fortgesetzt: Nie haben sich so viele Nutzerinnen und Nutzer auf agvs-upsa.ch über die Autobranche informiert wie 2017. Aktuelles Beispiel: So waren es im November 2017 nicht weniger als 37 045 Nutzer (+36,0% im Vergleich zum November 2016), die in 55 954 Sitzungen (+37,4%) insgesamt 151 897 Seiten (+42,5%) Seiten aufgerufen haben. Die Wachstumsraten 2017 waren jeden Monat (!) zweistellig.

Monat für Monat erreichen die AGVS-Medien auf diese Weise 191 100 cross-mediale Bruttokontakte. Das ist ein Wert, der auch für die Werbekunden interessant ist, die mit den AGVS-Medien die Zielgruppe Entscheider im Schweizer Autogewerbe zielgenau und ohne Streuverlust erreichen.

«Wir brauchen die eigenen Medien, um über branchenrelevante Themen zu informieren», sagt AGVS-Präsident



Urs Wernli. Das können Informationen zur Berufsbildung oder zu technischen Neuerungen für Werkstatt und Aftersales sein, aber auch Orientierung über politische Debatten oder Hilfestellung bei aktuellen Ereignissen, wie dem «Dieselgipfel» der deutschen Automobilindustrie im vergangenen Sommer, als der AGVS seinen Mitgliedern via eigene Medien konkrete Handlungsoptionen bieten konnte. Urs Wernli: «Leistungsfähige Medien sind wichtig für den Zusammenhalt der ganzen Branche.»

Wie stark dieser Zusammenhalt ist, zeigen die Anmeldungen für den «Tag der Schweizer Garagisten» am 17. Januar im Kursaal Bern. Mit 800 Teilnehmerinnen und Teilnehmern kann der AGVS einen Rekord

vermelden. Der Kursaal ist ausgebucht; die grösste und wichtigste Fachtagung der Schweizer Autobranche ist auch dieses Jahr wieder eine Demonstration der Einheit und ein Beleg der Zuversicht der Branche, die einer spannenden wie herausfordernden Zukunft entgegengeht. <



Weitere Infos unter:
www.agvs-upsa.ch/de/agvs-medien

Abonnieren Sie Fachwissen!

Die Zukunft ist automobil. Und sie ist in Bewegung. Bleiben Sie auf dem Laufenden über

- relevante Entwicklungen im Autogewerbe
- unternehmerische Herausforderungen und Lösungsansätze
- politische Fragen, die unsere Branche betreffen.

Das auflagenstärkste Fachmagazin im Schweizer Autogewerbe richtet sich an Entscheider, Kadermitarbeiter und Führungsnachwuchs.

AUTOINSIDE, Administration und Aboverwaltung
Wölflistrasse 5, Postfach 64, 3000 Bern 22, verlag@agvs-upsa.ch



Kontaktperson Arbeitssicherheit (Kopas)

Wer ist letzten Endes verant

Im laufenden Jahr wurden in den ersten drei Quartalen über 198 118 neue Betriebsunfälle bei der Suva gemeldet. Schlimm – nicht nur für den Verunfallten und seine Angehörigen, sondern auch für dessen Arbeitgeber und Mitarbeiter. Es drohen eine strafrechtliche Abklärung und möglicherweise sogar eine zivilrechtliche Klage. Mit der Branchenlösung für das Auto- und Zweiradgewerbe (BAZ) ist den AGVS-Mitgliedern Unterstützung sicher. Es wird Hilfe bei der Umsetzung der gesetzlich vorgeschriebenen Ekas-Richtlinie 6508 und somit bei der Unfallprävention geboten. **Karl Baumann**, AGVS

■ Aufgrund des Unfallversicherungsgesetzes (UVG) und des Arbeitsgesetzes (ArG) sind Arbeitgeber für die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz in ihren Betrieben verantwortlich. Diese Gesetze verpflichten, zur Verhütung von Berufsunfällen und Berufskrankheiten und zum Schutz der Gesundheit der Arbeitnehmenden die nötigen Massnahmen zu treffen.

Voraussetzung für ein erfolgreiches Anwenden des beschriebenen Vorgehens ist ein angemessenes Grundwissen in Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Arbeitgeber können sich dieses Wissen selbst erwerben oder einen Mitarbeiter respektive eine Mitarbeiterin zum «Sicherheitsbeauftragten», zum sogenannten Kopas, oder Sicherheitsbeauftragten (SiBe) ausbilden lassen. Das nötige Grundwissen können sich Arbeitgeber, sprich ihre Kopas oder SiBe, an einem Grundkurs bei der Branchenlösung (BAZ) aneignen.

Im Zweifelsfall kommt der Spezialist

In Spezialfällen ist es erforderlich, Arbeitsärzte oder andere Spezialisten der Arbeitssicherheit (ASA) beizuziehen (gemäss Artikel 11a der Verordnung über die Unfallvergütung VUV). Dies ist insbesondere der Fall, wenn die im Betrieb vorhandene Erfahrung und das eigene Fachwissen nicht für eine kompetente und seriöse Gefahrenermittlung und Massnahmenumsetzung ausreichen. Das Spezialwissen ist vor allem auch in Lackierereien, wo höhere Sicherheitsanforderung zu erfüllen sind, sehr gefragt.

Organisation ist Chefsache

Grundsätzlich gilt: Für die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz in einem Unternehmen ist der Arbeitgeber verantwortlich (Artikel 82 des Unfallversicherungsgesetzes (UVG), Artikel 3 der Verordnung über die Unfallverhütung (VUV)

Die 10 Elemente des ASA-Konzeptes für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz und der betrieblichen Gesundheitsförderung.

1. Sicherheitsleitbild, Sicherheitsziele

Wohin am Anfang jeder Verbesserung

- Absichtserklärung
- Quantitative und qualitative Ziele

2. Sicherheitsorganisation

regelt die Aufgaben und Kompetenzen

- Organigramm
- Mitarbeiter
- Qualifikation der ASA
- Relevante gesetzliche Grundlagen

3. Ausbildung, Instruktion, Information

betreffend zu richtigen Handeln

- Instruktion
- Anlehnung Normenstandards
- Spezialausbildungen
- Sicherheitsbeauftragte
- Tester- und Freibleibung
- Regressiv- und Testfragen

4. Sicherheitsregeln

setzen die Leitplanken

- Sicherheitsorganisation
- Sicherheitsregeln
- Regelungen für Ersatzarbeitsplätze
- Arbeitsumgebung
- Vorfahrt und Instandhaltung
- Verfahren bei betrieblichen Veränderungen
- Beschäftigtenfragen

5. Gefahrenermittlung, Risikobeurteilung

Wohin auf, wenn es gefährlich werden kann

- Risikoanalyse
- Ereignisanalyse
- Sicherheitsüberprüfung

6. Massnahmenplanung und -realisierung

überprüft oder entfernt die Gefahren

- Ausmassbestimmen der Massnahmen
- Realisierungsprozess
- Realisierungsverantwortung

7. Notfallorganisation

hilft, den Schaden zu minimieren

- Evakuationspläne
- Anfahrtsverfahren
- Einweisung der Feuerwehr
- Notwendige Notrufnummern

8. Mitwirkung

hilft, die Beteiligten zu beteiligen zu fördern

- Einweisung der Mitarbeiter
- Information der Arbeitskollegen
- Weiterentwicklung der Mitwirkung

9. Gesundheitsschutz

ist Voraussetzung für optimales Arbeiten

- Gefährdung und Bekämpfung durch
- Arbeitsmittel / Ergonomie
- Arbeitsorganisation
- Arbeitszeiten
- Raumklima, Lüftung

10. Kontrolle, Audit

überprüft, ob die gesetzten Ziele erreicht werden

- Vorgehen
- Schwerpunkt
- Betriebs- und Uhrzeitstatistik

Betriebliche Gesundheitsförderung

definiert Massnahmen gegen Gesundheitsstörungen im Rahmen des Betriebes

- Gesundheitsmanagement
- Ernährung
- Arbeitsplatzgestaltung
- Fitness
- etc.

Die sicherheitsrelevanten Aufgaben sollten mit folgendem Ablauf definiert werden: 1. Leitbild und Ziele festlegen, 2. Sicherheitsorganisation, 3. Ausbildung und Instruktion, 4. Sicherheitsregeln, 5. Gefahrenermittlung, 6. Massnahmenplanung, 7. Notfallorganisation, 8. Mitwirkung, 9. Gesundheitsschutz, 10. Audit, Kontrolle. (Grafik Eidgenössische Koordinationskommission für Arbeitssicherheit Ekas)

und Artikel 6 des Arbeitsgesetzes (ArG)). Der Arbeitgeber hat vor allem die Abläufe, Verantwortlichkeiten und Kompetenzen in seinem Unternehmen so zu regeln, dass es zu keinen Unfällen kommt und die Gesund-

heit der Beschäftigten nicht geschädigt wird. Der Nachweis einer betrieblichen Sicherheitsorganisation ist für Unternehmen mit besonderen Gefahren obligatorisch.

Fakt ist: Der Aufbau des Sicherheits-

wortlich?

systems ist eine Führungsaufgabe. Ein Chef oder eine Chefin kann jedoch bestimmte Aufgaben delegieren und Unterstützung beziehen. Es ergibt Sinn, im Betrieb einen Kopas zu bestimmen und diesen Mitarbeitenden speziell für diese Aufgabe schulen zu lassen (siehe Interview). In kleinen Betrieben wird die Funktion des Kopas meist vom Chef oder der Chefin selbst wahrgenommen.

Wer bestimmte Aufgaben delegiert, muss sich bewusst sein, dass die Hauptverantwortung bei ihm bleibt. <



Weitere Infos unter:
www.safetyweb.ch

Branchenlösung BAZ als Königsweg

Das Auto- und Zweiradgewerbe hat ein branchenspezifisches Sicherheitssystem erarbeitet und von der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit (Ekas) genehmigen lassen. Somit unterstützt sie die Betriebe bei der Umsetzung der gesetzlichen Richtlinie 6508 und stellt ihnen die notwendigen Hilfsmittel zur Verfügung.

Treten Sie der Branchenlösung BAZ bei. Als Mitglied bei AGVS, VSCI, 2rad, SAA oder RVS erhalten Sie einen Rabatt von 25 %. Informationen und Anmeldeformulare finden Sie auf unserer Homepage:

www.safetyweb.ch
Gratisnummer 0800 229 229,
Fax 031 307 15 16
E-Mail: info@safetyweb.ch
Branchenlösung des Auto- und Zweiradgewerbes (BAZ)
BAZ Geschäftsstelle
Wölflistrasse 5, Postfach 64
3000 Bern 22



Auszug der Stellenbeschreibung des Kopas

Zweck und Ziel der Stelle

Beratung und Unterstützung der Vorgesetzten und Mitarbeiter bei der Erfüllung der gesetzlichen, wirtschaftlichen und sozialen Aufgaben.

Rechte

Berechtigung, auf allen Stufen der Organisation Informationen einzuholen und Massnahmen einzuleiten, wenn dies zur Sicherstellung der Zielsetzung nötig ist.

Pflichten

- Informiert die vorgesetzten Stellen über die getroffenen, direkten und verbindlichen Massnahmen und Absprachen
- Hält sich durch Besuche von sogenannten ERFA-Tagungen, Fachtagungen, Seminaren und Studium von Fachliteratur auf einem hohen Stand des Fachwissens
- Informiert die Vorgesetzten und die Mitarbeiter regelmässig über die Belange der Arbeitssicherheit
- Stellt den Informationsfluss zur Koordinationsstelle sicher
- Führt kontinuierlich Unterweisungen und zusammen mit ASA-Spezialisten Schulungen durch

Allgemeine Aufgaben

- Beantragt für seinen Fachbereich die

finanziellen Mittel, erstellt deren Budget und überwacht die Kosten

- Mithilfe beim Formulieren von Zielen, Massnahmen ableiten und deren Ausführung überwachen
- Aus- und Weiterbildung in Arbeitssicherheit besuchen
- Mitarbeitende informieren und instruieren
- Sicherheitskonformität und Instandhaltung von Betriebsmitteln prüfen
- Abgabe und Verwendung der persönlichen Schutzmittel prüfen
- Sicherheitsgerechtes Verhalten der Mitarbeitende fördern und überprüfen
- Gefahrenermittlungen mittels Checklisten durchführen. Massnahmen ableiten und deren
- Ausführung überwachen
- Unfälle abklären; Massnahmen ableiten und deren Ausführung überwachen, Unfallabklärungen (ohne Angabe von Personalien) an die Fachstelle des Lösungsmodells weiterleiten
- Interne Überprüfungen (Dokumentation, Betriebsrundgang) zur Erfolgskontrolle durchführen

Stimme aus der Praxis

Als Kopas à jour sein

Caroline Rätz ist Kopas in der Garage Antener GmbH in Biel. Der markenunabhängige, auf Fiat spezialisierte Betrieb beschäftigt acht Mitarbeiter und zwei Lernende.

Frau Rätz, kennen Sie Ihre Aufgaben im Betrieb als Kontaktperson für Arbeitssicherheit (Kopas)?

Caroline Rätz: Ja, ich wurde genügend instruiert und besuchte den Grundkurs der Branchenlösung BAZ.

Erhalten Sie die nötige Unterstützung der Geschäftsleitung?

Ja, die Unterstützung ist sehr gut.

Was ist für Sie in der Funktion als Kopas wichtig?

Ständig auf dem neusten Stand zu sein, Informationen an Arbeitskollegen weiterzugeben und die nötigen Massnahmen sofort umzusetzen.

Welche Kopas-Ziele haben Sie sich für das neue Jahr gesetzt?

Auch im Jahr 2018 betriebsinterne Abläufe zu optimieren und somit die Unfallgefahr zu mindern.

Informieren nach einer Weiterbildung Ihre Vorgesetzten und Mitarbeiter über die Inhalte?

Ja, dies wird schriftlich festgehalten.

Ist das Onlinetool «asa-control» ein gutes Hilfsmittel für Ihre Tätigkeit als Kopas?

Ja, es ist vor allem übersichtlich. <



Caroline Rätz.



AGVS-Markenkommission

Die Interessen des Händlers als Unternehmer schützen

Wer Freuden und Leiden eines Markenvertreters kennenlernen will, hat grundsätzlich zwei Möglichkeiten: Er ist selber einer oder er setzt sich auf Einladung in eine der drei jährlich stattfindenden Sitzungen der Markenkommision des AGVS. Die Palette an täglichen Herausforderungen eines Markenvertreters ist so breit wie komplex. Es geht längst nicht nur darum, eine überlebenswichtige Marge zu generieren (aber natürlich auch, denn die Marge ist nicht alles, aber ohne Marge ist alles nichts). **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Während normale Menschen auf einen Vita Parcours gehen, versuchen Markenhändler, einen gangbaren Weg mit dem jeweiligen Importeur zu finden. Aber im Prinzip ist beides ein Hindernislauf, der fit machen kann – oder müde. Im Unterschied zu den meisten Nutzern eines Vita Parcours haben Markenhändler aber einen Coach: die Markenkommision des AGVS. «Ihr Job ist es, die Interessen der Händler wahrzunehmen. Das Ziel ist, die Rahmenbedingungen des Händlers als Unternehmer zu verbessern respektive dafür zu sorgen, dass sie sich nicht verschlechtern», umschreibt Markus Hesse die zentrale Aufgabe jener Kommission, der er als Präsident vorsteht.

Mit der Komplexität der unternehmerischen Herausforderungen ist auch der Anspruch an die Kommission gewachsen. Während sich der jeweilige Markenhändlerverband (MHV) um markenspezifische

Anliegen kümmert, also um vertragliche Angelegenheiten und um einen möglichst konstruktiven Dialog mit den Importeuren, widmet sich der AGVS im Rahmen der Markenkommision übergeordnet und markenübergreifend den Themen Politik und Recht.

«Arbeitsteilung, die Sinn macht»

«Die Arbeit von MHV und Markenkommision entlastet den einzelnen Markenhändler, der in diesen Themen häufig fachlich, meistens aber kapazitätsmässig sehr gefordert ist», sagt Markus Hesse. Kernaufgabe des Unternehmers sei es, das nächste Quartal, das laufende Jahr mit einem positiven Ergebnis abzuschliessen – «und darin unterstützen wir ihn nach bestem Wissen und Gewissen».

«Diese ‹Arbeitsteilung› hat sich bewährt», ergänzt Markus Aegerter, Geschäftsleitungsmitglied des AGVS und dort verantwortlich für den Bereich Branchenvertretung. Durch die zunehmende Komplexität und die galoppierende administrative Überregulierung seitens des Gesetzgebers sowie

«Ihr Job ist es, die Interessen der Händler wahrzunehmen. Das Ziel ist, die Rahmenbedingungen des Händlers als Unternehmer zu verbessern respektive dafür zu sorgen, dass sie sich nicht verschlechtern.»

Markus Hesse

des Importeurs, drohe der Garagist viele seiner unternehmerischen Freiheiten zu verlieren. Aegerter rechnet deshalb damit, dass die an den Verband delegierten Themenbereiche zunehmen werden. Somit dürfte die Bedeutung der beiden Gremien Händlerverband und Markenkommission weiter wachsen dürfte, «weil das Autogewerbe nicht nur technisch, sondern auch rechtlich und administrativ immer komplexer wird».

Synergien nutzen, um zu informieren

Von der Aufgabenteilung zwischen Händler und den Kommissionen ziehen beide Seiten gleichermaßen einen Nutzen: Der Händler weiss einen starken Verband im

Rücken und der Verband hat dank der beiden Gremien einen direkten Draht zum Markt. «Wir profitieren stark von den direkten Rückmeldungen von der Front», bestätigt Markus Aegerter. Diese Kontakte nutzt der AGVS auch dafür, um den Markenvertretern seine Haltung zu politischen Vorlagen und Vorstössen zu erläutern. Damit sorgt er dafür, dass seine Botschaften via Händler in den Markt transportiert werden. Und er informiert das Gremium laufend über Entwicklungen im Bereich der Berufsbildung, der Vermarktungsplattformen, neue Entwicklungen im digitalen Bereich bis hin zu Neuerungen in Fachgruppen wie «Personenwagen», «Nutzfahrzeuge» sowie «Kleinbusse und Lieferwagen». Zentrales Thema ist aber permanent die rechtliche Situation des Markenhändlers gegenüber des Importeurs: Investitionsschutz und Investitionsrisiken, Kündigungsfristen, Vertragsstandards.

Aktuelles Beispiel: Revision des Datenschutzgesetzes

Die steigende Komplexität lässt sich gut am Beispiel des aktuell in Revision stehenden Eidgenössischen Datenschutzgesetzes illustrieren (die AGVS-Medien haben in AUTOINSIDE 11/17 ausführlich darüber berichtet): Der Garagist ist zwar in seinem Tagesgeschäft davon betroffen, hat aber als Einzelner weder die Möglichkeit, sich dazu zu äussern, geschweige denn, eine solch komplexe politische Vorlage zu seinen Gunsten zu beeinflussen. Er braucht jemand, der ihm aufzeigt, welche Konsequenzen das Datenschutzgesetz für seinen täglichen Umgang mit seinen Kunden hat – und gleichzeitig jemand, der seine Interessen gegenüber der Politik vertritt.

Rahmenbedingungen mitgestalten

Auf Verbandsebene nutzt der AGVS mit Partnern wie Auto-schweiz oder dem schweizerischen Leasing-Verband die Möglichkeit, positiv auf die Gestaltung der Rahmenbedingungen für das einzelne Mitglied zu wirken. Nur ein Branchen- und Berufsverband wie der AGVS ist auf dieser Ebene in der Lage, die Interessen der Branche nicht nur wahrzunehmen, sondern wo immer möglich durchzusetzen. Das gilt besonders dort, wo seitens Behörden und Importeure der Zwang, Kundendaten weiterzugeben, immer grösser werde.

«Wir profitieren stark von den direkten Rückmeldungen von der Front.»

Markus Aegerter

Gerade bei der Umsetzung des revidierten Datenschutzgesetzes, wie es der Bundesrat vorsieht, wäre das mit Sicherheit so. Aufgrund seiner eingehenden Analyse kam der AGVS zum Schluss, «dass der Ausbau des Datenschutzgesetzes in dieser Form zum einen nicht nötig ist und zum anderen für die Unternehmen neue Pflichten mit sich bringt, die eine unverhältnismässige administrative Belastung zur Folge haben, teilweise schlicht nicht umsetzbar und zudem mit drastischen Sanktionsdrohungen belastet sind.» <

«Geschäftsmodell Garage überlebensfähig halten»

Daten sind ein Thema, das ohnehin immer relevanter wird, für den Händler und damit auch für die Markenkommission. Einerseits sehen sich Händler gerade im Rahmen von Vertragsanpassungen gezwungen, Kundendaten weiterzugeben. Andererseits haben sie aber – im Gegensatz zum Hersteller – kaum Zugriff auf Daten, die das Fahrzeug im Betrieb sammelt; in aller Regel werden sie vom Fahrzeug direkt an den Hersteller geschickt. Das passt ins Konzept, dass Hersteller zunehmend versuchen, in direkten Kontakt mit dem Fahrzeugbesitzer zu treten. Dem Markenhändler droht damit die Perspektive, irgendwann zur reinen Auslieferungsstelle der Hersteller zu werden. «Für den AGVS geht es hier auch um die Überlebensfähigkeit des Geschäftsmodells Garage wie wir es heute kennen», sagt Markus Aegerter.



Markus Aegerter, Branchenvertreter und Geschäftsleitungsmitglied beim AGVS.



Markus Hesse: AGVS-Zentralvorstand, zuständig für den Bereich Handel.

AUTOBERUFE HABEN ZUKUNFT



Willkommen in der faszinierenden Welt des Automobils! Das Autogewerbe ist auf der Suche nach Talenten, die Spass an modernster Technik haben. In einer Garage findest du täglich Abwechslung, herausfordernde Tätigkeiten und Menschen mit derselben Leidenschaft für Autos. Die berufliche Grundbildung in einem der sechs Autoberufe ist das Sprungbrett für deine Karriere in einer vielseitigen und spannenden Branche. Autoberufe haben Zukunft. www.autoberufe.ch





Cleveres neues Werbemittel

Für die Scheibenreparatur zum AGVS-Garagisten

Die Reparatur einer beschädigten Frontscheibe ist kostengünstiger und umweltfreundlicher als deren Ersatz. Ein cleverer Flyer soll die Kunden von AGVS-Garagisten auf diese Dienstleistung aufmerksam machen. **Sandro Compagno**, Redaktion

Eine Aussicht, die kein Autofahrer mag: Für den Schaden in der Frontscheibe ist der Garagist die richtige Ansprechperson.

■ Das neue Werbemittel ist mehr als ein Flyer, es ist ein eigentliches Erste-Hilfe-Kit für Automobilistinnen und Automobilisten. Herzstück ist ein transparentes Scheibepflaster, das im Bedarfsfall abgelöst und auf die schadhafte Stelle aufgeklebt werden kann. Der vierseitige Flyer hilft Autobesitzern in einer unangenehmen Situation und stärkt das Image des Garagisten als Mobilitätsdienstleister.

«Wir wollen den Autofahrerinnen und Autofahrern damit klarmachen, dass die AGVS-Garagisten neben dem Ersatz auch die Reparatur einer beschädigten Scheibe anbieten», erklärt Markus Peter, Leiter Technik & Umwelt beim AGVS. Wer seinen Kunden den Scheibenreparatur-Flyer abgibt, weist diesen zudem explizit darauf hin, dass er für diese Dienstleistung nicht zwingend den Glasspezialisten aufsuchen muss, sondern beim AGVS-Garagisten an der richtigen Adresse ist. Markus Peter: «Wir wollen bei

den Kunden ein Umdenken bewirken: Eine durch einen Steinschlag beschädigte Scheibe muss nicht zwangsläufig ersetzt werden.» Denn oft sei eine Reparatur – sofern möglich – die günstigere Lösung als der Ersatz. Hinzu kommt ein ökologischer Aspekt: Entscheidet sich ein Kunde für die Reparatur statt für den Ersatz, schont er die Umwelt. Diese positive Effekt einer Scheibenreparatur werde deshalb auch in den AutoEnergieCheck aufgenommen, so Markus Peter.

Klare Vorgaben für die Reparatur

Steinschlagstellen, welche die Grösse eines Zwei-Franken-Stücks nicht überschreiten, mindestens sechs Zentimeter vom Scheibenrand entfernt sind und nicht im direkten Sichtfeld des Fahrers liegen, lassen sich in den meisten Fällen reparieren. Die Scheibe hat nach der fachmännischen Reparatur wieder ihre ursprüngliche Festigkeit. Die Schadenstelle ist praktisch nicht

mehr zu erkennen. Inspiriert ist der neue Flyer von innovativen Garagisten, die in Eigenregie schon ähnliche Projekte durchgeführt hatten. Das Werbemittel steckt derzeit in der Produktionsphase und wird voraussichtlich im ersten Quartal 2018 in den AGVS-Shop kommen. Markus Peter: «Der Flyer eignet sich als Rechnungsbeilage oder er kann vom Garagisten persönlich abgegeben werden.» <





Sparen beim Fahren, bis zu 360 Franken und bis zu 560 Kilogramm CO₂ pro Jahr: Mit dieser Botschaft führt der AGVS mit EnergieSchweiz eine Kampagne für energieeffizientes Fahren durch. Protagonist ist der Schweizer Langläufer Dario Cologna, der den Automobilisten in sympathischen Videos nützliche Tipps gibt.

AEC-Winterkampagne 2017/2018

Sympathische AEC-Videos mit Dario Cologna sollen bewegen

Der AGVS hat mit Dario Cologna in Davos eine Reihe von kürzeren Videos für den AutoEnergieCheck (AEC) gedreht. Sie sollen die energiesparende Dienstleistung der Schweizer Garagisten bewerben – und die Automobilistinnen und Automobilisten dazu bewegen, die AGVS-Garagisten als kundenfreundliche Dienstleister wahrzunehmen und bei ihnen den AEC durchführen zu lassen. Die Videos werden im Rahmen einer Kampagne von Dezember bis März auf den reichweitenstärksten Websites und in Social-Media-Kanälen eingesetzt. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Migrol-Tankstelle bei der Amag in Davos. Es ist Freitagmittag. Ein Ehepaar fährt vor. Tankstopp. Ein Mann im Arbeitsoverall tritt ans geöffnete Wagenfenster, bückt sich leicht und blickt in den Wagen. «Guata Morga», sagt er in seinem sympathischen Bündnerdialekt und lächelt. «Das isch de Dario Cologna!» sagt die Frau zu ihrem Mann, aber der will es erst nicht glauben.

Garagisten als Mobilitätsdienstleister positionieren

Der AGVS hat mehrere Kurzvideos für den AEC gedreht. Ziel ist es, auf eine humorvolle Art und Weise die kundenfreundlichen und energiesparenden Botschaften des AEC einem breiteren Publikum zugänglich zu machen und Dario Cologna als Botschafter des AEC in Erinnerung zu rufen. «Die Videos sollen Sympathie erzeugen und dazu anregen, mehr über den AEC und die AGVS-Garagisten zu erfahren. Und ihn natürlich auch zu machen», sagt Markus Peter, Leiter Technik & Umwelt beim AGVS, der bei den Dreharbeiten in Davos dabei war.

Kampagne wird breit in den Medien gestreut

Im ersten der drei Videos spielt Dario Cologna einen gut gelaunten Tankwart. Im zweiten erhält er vom Garagisten Marco Müller von der Amag Davos wertvolle Hinweise, wie Automobilisten ihr Fahrzeug wintertauglich machen können. Und im dritten Video gibt Dario Cologna schliesslich als Samichlaus verkleidet nützliche Tipps, welche Wünsche man sich mit dem durch den AEC eingesparten Geld gerade auf Weihnachten hin erfüllen kann. Die Videos sind seit Dezember im Einsatz, werden in den nächsten Monaten insbesondere auch dank der Unterstützung von EnergieSchweiz, dem nationalen Energiesparprogramm des Bundesamtes für Energie (BFE), über Publikumsmedien, Social-Media-Kanäle, die eigenen AGVS-Medien sowie über Partnerseiten verbreitet und finden hoffentlich eine grosse Anzahl an «Likes». <



Weitere Infos unter:
www.autoenergiecheck.ch/de/dario

Energienstadtveranstaltungen als Bühne

Der AEC als Geschenk für alle

Der AutoEnergieCheck ist das ganze Jahr über aktuell – dementsprechend nutzen findige AGVS-Garagisten auch die Adventszeit, um die Dienstleistung bekannt zu machen und nicht zuletzt, um sich selbst als versierte Mobilitätsexperten zu präsentieren. So auch am Weihnachtsmarkt vom 2. Dezember in der Energiestadt Andermatt. **Karl Baumann, AGVS**

■ Gemeindepräsidentin Yvonne Baumann und Mitglieder der Energiestadtkommission liessen es sich am Weihnachtsmarkt der Energiestadt Andermatt nicht nehmen, persönlich den AEC zu präsentieren. Denn dieser Check zugunsten der Energieeffizienz wird den Bewohnern von Andermatt, Hospental und Realp von der Energiestadt Andermatt, dem AGVS und der Gotthard-Garage in Wassen seit Anfang Dezember bis 30. Juni 2018 offeriert.

AEC-Lebkuchen von Schulkindern

Dass der Gedanke des AEC Schule macht, bewies eine wortwörtlich süsse Aktion der einheimischen Primarschüler: So leisteten selbst die Schulkinder von Andermatt einen Beitrag und boten am Weihnachtsmarkt Lebkuchen zum Thema Auto und AEC an.

Synergien der Energiestadt nutzen

Das Label Energiestadt ist ein Leistungs- ausweis für Gemeinden, die eine nachhaltige kommunale Energiepolitik vorleben und umsetzen. Energiestädte fördern erneuerbare Energien, umweltverträgliche Mobilität und setzen auf eine effiziente Nutzung der Ressourcen – eine perfekte Gelegenheit, sich als AEC-zertifizierter AGVS-Garagist zu präsentieren, das Kundengespräch zu suchen und sich zu profilieren. <



Mitarbeiter der Gotthard-Garage in Wassen sind startbereit für den AEC.



Die Weihnachtsmarktbesucher Leo Püntener und Barbara Simmen lassen sich von Gemeindepräsidentin Yvonne Baumann den AEC erklären.



Lebkuchen der Schulkinder von Andermatt zum Thema AEC und Auto.

Gemeindepräsidentin erklärt den AEC persönlich und überzeugt

Leo Püntener wurde am Weihnachtsmarkt in Andermatt am AEC-Stand, der von Andermatt in Kooperation mit dem AGVS betrieben wurde, von Gemeindepräsidentin Yvonne Baumann auf die Dienstleistung aufmerksam gemacht.

Herr Püntener, kannten Sie den AEC bereits?
Leo Püntener: Nein, der AEC wurde mir jetzt, anlässlich des Weihnachtsmarkts, von der Gemeindepräsidentin persönlich erklärt.

Was halten Sie davon, dass die Garagisten mit den Energiestädten zusammen einen AEC anbieten?
 Dies ist sehr positiv für unsere Umwelt. Als Eventfirma in den Bergen, das heisst, hier in Andermatt, ist mir eine intakte Umwelt wichtig.

Ich bin der Meinung, dass man alles unternehmen sollte, um CO₂ einzusparen – und wenn es noch so wenig ist. Deshalb finde ich es toll, dass die Garagisten mit den Energiestädten in der Schweiz eine solche Aktion starten. Hoffentlich haben sie den nötigen Erfolg!

Heisst das, dass Sie mit Ihrem Fahrzeug den AEC machen werden?
 Ja, auf jeden Fall! Ich muss schauen, ob meine Garage diesen AEC auch anbietet, sonst werde ich diesen sicher in einem vom AGVS vorgeschlagenen Garagenbetrieb durchführen lassen.

Newcomer des Monats November

Pneuwechselzeit ist AEC-Zeit

Die Garage Imholz GmbH aus Altdorf führte im November stolze 60 AEC durch. Der Mitsubishi-Vertreter mauserte sich somit zum AEC-Newcomer. Mitinhaberin Hanny Imholz erklärt, wie der vier Mitarbeiter beschäftigende Betrieb das Pnegeschäft zur Stärkung der Kundenbeziehung zu nutzen weiss. **Tatjana Kistler, Redaktion**

■ 60 AEC binnen Monatsfrist – eine stolze Leistung! «Der November ist natürlich aufgrund der Pneuwechsel unser Hauptmonat. Wir haben den Kunden bereits bei der Terminanfrage aktiv auf den AEC angesprochen und die Dienstleistung so ins Gespräch gebracht», erklärt Hanny Imholz. Und die Marketing- und Administrationsverantwortliche der Garage Imholz GmbH ist von diesem Vorgehen überzeugt: «Wir wollten unseren Kunden so aufzeigen, dass wir uns nicht mit dem Mindestservice zufrieden geben.»

Die Mitarbeiter der Urner Garage gingen gar einen Schritt weiter: Bestand vor dem Pneuwechsel kein telefonischer oder persönlicher Kundenkontakt respektive wurde das Fahrzeug unkompliziert zum Pneuwechsel hingestellt, führte das Team den AEC ungefragt durch. Dreist? Nein, serviceorientiert! «Bei uns verlässt im Herbst kein Auto die Garage, ohne dass wir es im Rahmen eines kostenlosen Winterchecks auf die Punkte Öl, Wasser, Luft und Licht kontrolliert hätten. Diesen Check haben wir nun zum AEC ausgebaut, was von den Kunden geschätzt wird», ergänzt Hanny Imholz. Ein Engagement, das zu einem Umdenken auf Kundenseite führt. «Es wird



Mitinhaberin Hanny Imholz (v.l.), der Lernende Diego Graf, Chef Josef Imholz und Werkstattmitarbeiter Silvio Trütsch von der Garage Imholz GmbH aus Altdorf haben den November 2017 zum AEC-Monat gemacht.

wahrgenommen, dass wir genau hinsehen, uns Gedanken machen, wie mit der Reifendruckoptimierung Energie und somit Treibstoff eingespart werden kann, und dass wir das Wohl wie auch die Sicherheit unserer Kunden im Auge haben», hält die Mitinhaberin fest.

Der Garagist als erklärender Experte

Mit ihrem Bruder Josef Imholz steht sie mit dem Namen Garage Imholz GmbH immerhin für ein Erbe ein: Vor bald 80 Jahren gründete der Grossvater der heutigen Garageninhaber die Werkstatt, die in Altdorf

für Vertrauen und Genauigkeit steht. «Diese Werte können mit dem AEC transportiert werden, denn als Betrieb dieser Grösse ist die Kundenbeziehung das A und O», gibt Hanny Imholz zu bedenken, «immerhin geht es darum, gegenüber dem Kunden als Dienstleister aufzutreten, ihm in einem erklärenden Gespräch die Checkpunkte und somit seine Vorteile zu erklären.» Vorteile, die schliesslich dem Garagisten zugutekommen: «Ob in Sachen Pneuwechsel oder Fahrzeugneu- respektive Zubehörkauf: Das Gespräch verhilft oft zu einem Folgegeschäft.» <

NEU FÜR SIE

AutoRadar

DIE POLE-POSITION FÜR IHREN FAHRZEUGEINKAUF

www.autoscout24.ch

AUTO
SCOUT 24

Kundenzufriedenheit

Der Garagist als Dienstleister

Kundenzufriedenheit – ein bleibender Wert: Scania stellte deshalb diese Dienstleistungsorientierung in den Mittelpunkt eines Wettbewerbs. In Koblenz machten Scania-Teams den Sieg im Kundenservice unter sich aus. Das Team Scania Uetendorf erreichte den ersten Platz aller Schweizer Teams und tritt im April 2018 im italienischen Trento an einem der drei europäischen Finale an.



Die Schweizer Teilnehmer

1. Platz: Scania Schweiz AG, Uetendorf
2. Platz: G. Kolly SA, Le Mouret
3. Platz: Scania Schweiz AG, Schönbühl
4. Platz: A. Reinhard AG, Kallnach
5. Platz: Scania Schweiz AG, Kloten

Die drei Landessieger aus Deutschland, Österreich und der Schweiz – im Bild das Siegerteam der Scania Schweiz AG Uetendorf – nehmen im April 2018 in Trento an einem der drei europäischen Kundenservice-Wettbewerbe teil. Scania Schweden lost aus, welche Länder gegeneinander antreten werden.

■ pd. Am 2. Dezember fand die Schweizer Vorausscheidung für das europäische regionale Finale in Italien des Servicewettbewerbs statt. Erstmals trugen die drei Länder Schweiz, Österreich und Deutschland ihren nationalen Wettkampf nicht einzeln im eigenen Land, sondern gemeinsam in Koblenz aus. Durchzusetzen vermochte sich ein in Sachen Kundenzufriedenheit bereits profiliertes Werkstattteam: die Scania Schweiz AG Uetendorf.

«Wir sind sehr erleichtert, haben wir es zum zweiten Mal geschafft. Die Vorfreude auf die Teilnahme am regionalen Finale in Trento ist gross», freut sich Urs Wüthrich, der Teamleiter des Schweizer Gewinnerteams Uetendorf. Er ergänzt: «Wir sind ein kleiner Betrieb, das ist unsere Stärke. Denn dadurch ist jedes Teammitglied ein All-rounder. Jeder denkt mit, jeder weiss, was es braucht, um einen Servicefehler schnell zu finden und ihn zu beheben. Nun heisst es; uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen, sondern dranbleiben.»

Der Wettkampf als Verbesserungsmotivation

Theo Tobler, Mitorganisator von Top Team, erklärt das Ziel der

Veranstaltung: «Ein Team, das an der Top-Team-Veranstaltung gut vorbereitet teilnimmt, steigert auf spielerische Art die Kompetenz in der eigenen Werkstatt. Die Motivation zur Teamleistung ist uns noch wichtiger als der Sieg. Denn letztlich kommt mit oder ohne Auszeichnung ein motiviertes, leistungsstarkes Serviceteam dem Kunden zugute.»

Tobler fügt dem allgemeinen ein nationales Ziel hinzu: «In der Schweiz legen wir Wert auf junge Teilnehmer. Jedem Schweizer Team gehört ein Lernender an. Denn damit fördern wir den Nachwuchs. Wir haben daher durchschnittlich jüngere Teams als andere Länder. Das sehen wir als Investition in die Zukunft.» Der Wettbewerb verlangte von den jeweils fünfköpfigen Teams in diversen Kundenservicebelangen kompetent ab: Mit Bezug auf den Prozess, das Lager oder beispielsweise auf das Elektrische. Für jede Aufgabe standen den Teams fünf Minuten zur Einweisung und 20 Minuten zur Behebung eines Servicefehlers zur Verfügung. Zehn Minuten blieben zur Bewertung durch die Stationsleiter. <

 <p>CORTELLINI & MARCHAND AG</p>	<p>061 312 40 40 Rheinfelderstrass 6, 4127 Birsfelden</p>
<p>Der umfassendste Auto-Steuergeräte-Reparatur-Service von Cortellini & Marchand AG.</p> <p>www.auto-steuergeraete.ch</p>	<p>Sie suchen, wir finden – Ihr Suchservice für Auto-Occasionsteile</p> <p>www.gebrauchte-fahrzeugteile.ch</p>

Neu: FGS, der Anhänger mit Liftachse und 100%-Achsausgleich

Nutzlast bis 2,9 t



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

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

Dieselmarkt Schweiz

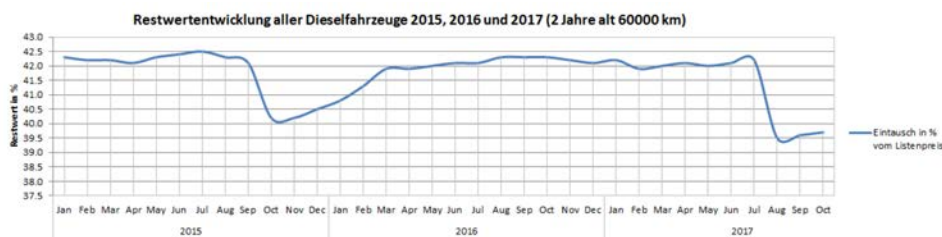
«Nach wie vor kein Grund zur Panik»

Am Schluss war es wohl unvermeidlich: Nachdem die Nachfrage und die Preise für Dieselfahrzeuge in Deutschland seit Sommer gesunken sind, registrieren Marktbeobachter diesen Trend auch in der Schweiz – wenn auch auf tieferem Niveau. Allerdings entwickeln sich das Neuwagen- und das Gebrauchtwagensegment unterschiedlich. **Reinhard Kronenberg**, Redaktion

■ Kurzer Rückblick: Im Sommer dieses Jahres brach in Deutschland die grosse Diesel-Hysterie aus. Drohende Fahrverbote für ältere Dieselfahrzeuge erweckten den Eindruck, dass nicht nur der Diesel, sondern der Verbrennungsmotor kurz davor sei, abzudanken. Die Medien sprangen auf, setzten das Karussell in Bewegung, die Politik kam unter Druck und organisierte eilig einen «Dieselgipfel», auf dem die führenden Köpfe der deutschen Automobilindustrie öffentlich abgekanzelt wurden. Dann einigte man sich auf attraktive Umstiegsprämien und einen Fonds für saubere Luft in deutschen Städten. Für die Händler waren die Folgen gravierend: Die Standzeiten von gebrauchten Dieselfahrzeugen wurden länger, die Preise sanken, der Schaden war angerichtet. Böse Ironie der Geschichte: Die ursprünglich als Anreiz zum Umstieg auf Dieselfahrzeuge neuester Generation angedachten Prämien wurden von den Kunden mehrheitlich dazu verwendet, einen neuen Benziner zu kaufen, was den Markt mit Dieselfahrzeugen zusätzlich belastet.

Erste Abwertung bereits im August

Hierzulande war man gespannt, ob und allenfalls wie sich diese Entwicklung in Deutschland auf den Schweizer Markt auswirken würde. Noch kurz nach Ausbruch der Panik in Deutschland sagte René Mitteregger, Datenspezialist bei der auf Marktanalysen und Fahrzeugdaten spezialisierten Auto-i-dat AG gegenüber den AGVS-Medien: «Wir registrieren aktuell keine Zunahme bei den Standzeiten von Diesel-Occasionen.» Sicherheitshalber nahm Auto-i-dat aber bereits im August eine leichte Abwertung in ihrem System vor. Tatsächlich begann sich der Markt mit erheblicher Verzögerung zu bewegen. Im



Die Grafik zeigt die Entwicklung der Restwerte von Dieselfahrzeugen seit Anfang 2015; sie sind seither um 6,3 Prozent gesunken, steigen aber seit Mitte August wieder an. (Quelle: Auto-i-dat AG / Diesel-Reporting)

Verlauf des Herbsts war dann klar: Die Welle war über die Grenze geschwappt.

Um diesem Marktsegment ab sofort besondere Aufmerksamkeit zu schenken, richtete Auto-i-dat umgehend ein Diesel-Monitoring ein (siehe Seite 9), das, ähnlich einem Seismograph, die Bewegungen des Markts für Dieselfahrzeuge in der Schweiz registriert. «Es ist unser Beitrag zur Versachlichung der Diskussion», sagt CEO Wolfgang Schinagl rückblickend. Seither publiziert Auto-i-dat ihr Diesel-Reporting alle drei Monate. Die aktuellste Version ist soeben erschienen und kommt zum Schluss: Die Kurve zeigt zwar weiter nach unten, hat sich aber im Vergleich zu den Vormonaten deutlich abgeschwächt. Lag der Anteil an neuzugelassenen Dieselfahrzeugen im Juni noch bei 37,8 Prozent, fand er sich Ende Oktober bei 33,7 wieder. «Wir stellen vor allem in der unteren und oberen Mittelklasse einen leichten Trend weg vom Diesel hin zum Benziner fest», sagt René Mitteregger, «akzentuiert in der Klasse der Kleinwagen».

Gebrauchte Diesel halten sich gut

Anders sieht es bei den Occasionen aus: Hier zeigt die Kurve der Dieselfahrzeuge erfreulicherweise nach oben – und zwar bereits

seit August. «Eine Zurückhaltung gegenüber dem Diesel ist bei Occasionskäufern zwar zu registrieren», erklärt Mitteregger, relativiert die Entwicklung aber mit dem Wort «marginal». Wichtiges Indiz für die Attraktivität von Occasionssegmenten sind die durchschnittlichen Standzeiten. Hier beobachtet Auto-i-dat in den vergangenen Monaten bei praktisch allen Marken einen leichten Trend nach oben: «Das ist jedoch nicht alarmierend, da sich die Standzeiten in den Herbst- und Wintermonaten immer etwas erhöhen», sagt Mitteregger.

Devise lautet: ruhig bleiben

Auto-i-dat gibt grundsätzlich keine Handlungsempfehlungen ab. Auf die Frage, was er als Händler denn jetzt tun würde, sagt CEO Wolfgang Schinagl: «Suchen Sie das Gespräch mit allenfalls verunsicherten Käufern und sprechen Sie die nach wie vor vorteilhaften Kriterien des Diesels aktiv an: tieferer Verbrauch als ein Benziner und damit günstigerer Unterhalt. Und weisen Sie darauf hin, dass die vom Bund gesetzten CO₂-Ziele ohne Dieselfahrzeuge nicht zu erreichen sind.» Wichtig sei, so Schinagl, dass alle jetzt weiter die Ruhe bewahren würden, «es besteht nämlich nach wie vor kein Grund zur Panik». <

WIR HABEN
DIE PASSENDE LÖSUNG
FÜR IHRE
SCHLÜSSELORGANISATION



BOPP.
Lösungen statt nur Produkte

BOPP Solutions AG
Industriestrasse 6 | 8305 Dietlikon | Schweiz
T +41 44 883 33 88 | F +41 44 883 33 89
info@bopp-solutions.ch | www.bopp-solutions.ch

Revision technische Grundbildungen

Tour de Suisse für die Grundbildungen

Am 1. Januar ist die neue Bildungsverordnung in Kraft getreten. Seit September touren die Berufsbildungsverantwortlichen des AGVS durch die Schweiz und informieren die Mitglieder über die Neuerungen. Und die Tour de Suisse geht weiter. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ Die Automobilbranche entwickelt sich rasant. Damit die nachweislich hohe Qualität der technischen Grundbildungen im Autogewerbe mit dieser Dynamik mithalten kann, werden die Lehrinhalte regelmässig überprüft und angepasst. Im Februar hatte die Berufsbildungskommission (BBK) des AGVS die Revision beraten und nach teilweise leidenschaftlicher Diskussion abgesehen. Nun ist die neue Bildungsverordnung in Kraft getreten. Sie wird zum Lehrbeginn im August wirksam sein.

Handlungskompetenzen im Fokus

Um die Lehrbetriebe über die Neuerungen zu informieren, befinden sich die Bildungsverantwortlichen des AGVS auf einer Roadshow durch die ganze Schweiz (siehe Box).

Die wichtigsten Neuerungen betreffen die Schulfächer in den Berufsfachschulen. Bislang gab es die Fächer Elektrik, Elektronik, Physik, Fahrwerk, Motor und Kraftübertragung. Neu orientiert sich der Unterricht an Handlungskompetenzen.

So umfasst beispielsweise die Grundbildung zum Automobil-Mechatroniker die fünf Handlungskompetenzbereiche Prüfen und Warten von Fahrzeugen, Austauschen von Verschleissteilen, Unterstützen von betrieblichen Abläufen, Überprüfen und Reparieren von Systemen sowie Diagnostizieren mechatronischer Systeme.

Zu reden gegeben hatte in der BBK der Artikel 10, der die fachlichen Anforderungen an Berufsbildnerinnen und Berufsbildner bestimmt. Wer einen Automobil-Mechatroniker ausbilden will, muss neu nicht mehr über einen tertiären Abschluss verfügen. Er muss also nicht Automobil-diagnostiker sein, neu genügen ein Abschluss als Automobil-Mechatroniker sowie drei Jahre Berufstätigkeit, fachtechnische Weiterbildung mit Abschluss des AGVS (Kompetenzbereiche der bestehenden Ausbildung zum Automobiliagnostiker: Z1 Fahrzeug-Elektrik-Elektronik oder Z2 Komfort- und Sicherheitselektronik zusammen mit dem Z3 Fahrer-assistent- und Infotainmentsysteme) und das eintägige Didaktikmodul.

Die Lernenden sind verpflichtet, eine Lerndokumentation zu führen und mit dem Berufsbildner halbjährlich zusammen mit dem Bildungsbericht zu besprechen. Sie ersetzt die bisherige Ausbildungskontrolle. «Ein zentraler Punkt ist auch die Einführung eines elektronischen Lehrmittels in der Berufsfachschule und den überbetrieblichen Kursen. Damit vollzieht die Branche einen weiteren Schritt in Richtung Digitalisierung», sagt Arnold Schöpfer, beim AGVS verantwortlich für die technische Grundbildung und die höhere technische Berufsbildung. <



Infoveranstaltungen Revision technische Grundbildungen

Bisher

28. September 2017	UR	BWZ Uri, Altdorf
12. Oktober 2017	BE	AZ Mülensen
19. Oktober 2017	BS/BL	Sissach
24. Oktober 2017	ZS	AGVS Center Horw
2. November 2017	ZH	Messe Zürich
3. November 2017	ZH	Messe Zürich
7. November 2017	SH	BBZ Schaffhausen
11. Dezember 2017	VS d	Berufsschule Visp

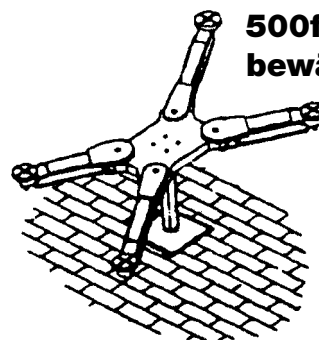
Geplant

10. Januar 2018	SO	Olten
10. Januar 2018	BE	Mobilcity Bern
18. Januar 2018	AG	Baden
22. Januar 2018	BE	Mobilcity Bern
23. Januar 2018	AG	WBZ Lenzburg
24. Januar 2018	BE	Mobilcity Bern
24. Januar 2018	GL	zu definieren
25. Januar 2018	VD	Romandie Formation Paudex
30. Januar 2018	GE	Genf
31. Januar 2018	JU	zu definieren
1. Februar 2018	SZ	Goldau
6. Februar 2018	VD	Romandie Formation Paudex
12. Februar 2018	VD	Romandie Formation Paudex
14. Februar 2018	SG	Uzwil oder Buchs
15. Februar 2018	SG	Uzwil oder Buchs
6. März 2018	ZG	GIBZ Zug

Weitere Veranstaltungen sind in Planung.

gesag 1-Säulenlift

Sanierung
500fach
bewährt



Wir haben für Sie die
kostensparende
Lösung

gesag

Gouchertweg 2
3252 Worben bei Biel
Tel. 032 384 39 17
Fax 032 384 03 69
info@gesag.ch
www.gesag.ch



AGVS Business Academy

JANUAR

Basisseminar 2018 für Automobilverkäufer/innen

Dauer: 10 Tage

> Start Montag, 22. Januar 2018, in Bern

Formation turbo pour vendeur auto 2018

durée: 10 jours

> Du 29 janvier au 9 février 2018 à Paudex

Steigerung der Produktivität und Rentabilität im Aftersalesgeschäft

Am Ende dieses Kurses sind die Teilnehmer in der Lage, mit den wichtigsten Kennzahlen zu arbeiten und Massnahmen zur Steigerung der Produktivität umzusetzen. Umsätze und Erträge sollen durch mehr Effizienz und damit verrechenbare Stunden im Aftersales-Geschäft erhöht werden. Zu Ihrer Unterstützung erhalten Sie Checklisten, Beispiele und ein einfaches Excel-Sheet zur Berechnung und Überwachung der wichtigsten Kennzahlen.

> 31. Januar 2018, Bern

MÄRZ

Facebook, Xing, Twitter und WhatsApp im Autoverkauf

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

> 27. März 2018, Bern

Video-Training im Autoverkauf – wie Sie das praktisch und einfach umsetzen

NEU

Dieser Workshop ist speziell für die Automobilbranche konzipiert. Im Fokus stehen Ideen, Produktion und Einsatz von Videos im Automobilverkauf.

> 28. März 2018, Bern

MÄRZ

MwSt.-Grundkurs

Der Grundkurs ist eine aktuelle, praxisnahe Einführung in die Mehrwertsteuer

im Automobilgewerbe unter Anwendung von Fallbeispielen. Der Tageskurs soll den Teilnehmern einen Überblick über die Mehrwertsteuer verschaffen. Es werden die

Automobil-Verkaufsberater/in mit eidg. Fachausweis

Verkaufsberater sind gefordert. Sie wirken als Mobilitäts- und Finanzberater in einer Person. Eine persönliche Weiterbildung ist deshalb unabdingbar. Diese branchenspezifische Weiterbildung unterstützt Sie dabei, in der täglichen Arbeit verkaufs-, marktorientiert und betriebswirtschaftlich zu denken und zu handeln. Der Lehrgang umfasst acht Module, die einzeln abgeschlossen werden. Sind alle Module erfolgreich bestanden, steht der Weg offen, den eidgenössischen Fachausweis zu erlangen.

> Start Lehrgang ab August 2018 in Bern, Dauer: drei Semester, berufsbegleitend

wichtigsten Elemente der Mehrwertsteuer behandelt, damit in der Praxis die korrekte Anwendung gesichert ist.

> **21. März 2018, Winterthur**

> **22. August 2018, Bern**

MAI

MwSt.-Fortsetzungs- und Vertiefungskurs

Fit für die Neuerungen ab 2018.

Der Fortsetzungs- und Vertiefungskurs MwSt. soll bei den Teilnehmern die korrekte Anwendung der MwSt. fördern. Anhand von kurzen, praxisbezogenen Fallbeispielen und im Dialog mit dem Referenten kann das Wissen vertieft werden. Voraussetzung: Grundkurs.

> **15. Mai 2018, Winterthur**

> **19. September 2018, Bern**

Occasionsmanagement

Für Automobilverkaufsberater, Geschäftsführer und Inhaber: Ausstellung sowie Präsentation der Occasionen. Den gesamten Eintauschprozess erarbeiten. Bestandsmanagement von Occasionen. Dynamische Preisstrategie anhand von Beispielen auf den Internetplattformen aufzeigen und

erarbeiten. CRM Kunden gewinnen und Kundenbindung.

> **15. Mai 2018, Bern**

Séminaire de gestion des occasions

Groupes cibles: Propriétaires, Directeurs, Vendeurs automobiles. Contenu:

Expositions et présentation des occasions, Elaborer toute la procédure de reprise, Gestion des stocks de véhicules d'occasions, Montrer et élaborer une stratégie tarifaire dynamique à l'aide d'exemples sur les plateformes Internet, CRM: Gagner et fidéliser les clients.

> **17 mai 2018 à Berne**

JUNI

Achtung: Chefsache!

Workshop Mitarbeitergespräche

Wie läuft das bei Ihnen als Führungsver-

antwortliche/r ab? Wollen Sie Ihre Mitarbeitergespräche noch effizienter und erfolgreicher gestalten? Sind Sie bereit, sich intensiv mit der wirksamen Mitarbeiterentwicklung auseinanderzusetzen? Dann sind Sie bei diesem Workshop genau richtig!

> **7. Juni 2018, Bern**

Diese und weitere interessante Themen finden Sie online in der Business Academy.

Retrouvez ces thèmes, et bien d'autres, dans la Business Academy en ligne.

Die Kurse sind in der jeweiligen Kurssprache ausgeschrieben. Les cours sont proposés dans la langue correspondante. D'autres cours seront proposés ultérieurement. Mise à jour sur www.agvs-upsa.ch.



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



WIE SETZEN SIE IN IHREM BETRIEB DIE GESETZLICHEN PFLICHTEN ZU ARBEITSSICHERHEIT UM?

Die Branchenlösung unterstützt rund 2800 Betriebe aus dem Auto- und Zweiradgewerbe bei der Umsetzung der gesetzlichen EKAS-Richtlinie 6508 zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

Wir stellen Ihnen die notwendigen Hilfsmittel für die Umsetzung zur Verfügung wie branchenspezifische Checklisten, Kurse und vieles mehr. Informieren Sie sich jetzt unter www.safetyweb.ch.

AGVS-Mitglieder profitieren von 25% Rabatt auf der Eintritts- und der Jahresgebühr der Branchenlösung BAZ.



Branchenlösung für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz des Auto- und Zweiradgewerbes (BAZ)
Geschäftsstelle, Wölflistrasse 5, Postfach 64, 3000 Bern 22
Gratisnummer 0800 229 229, Fax 031 307 15 16
E-Mail info@safetyweb.ch, www.safetyweb.ch



Aktuelle regionale Veranstaltungen zur Aus- und Weiterbildung im Automobilgewerbe

AARGAU

Automobildiagnostiker

Informationsabend:
Mittwoch, 24. Januar 2018, 18.00 Uhr
Start: Mittwoch, 5. September 2018
Weiterbildungszentrum Lenzburg
> www.wbzlenzburg.ch

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Kursstart: 17. August 2018
Handelsschule KV Aarau
> www.hkvaarau.ch

BERN

Automobil-Verkaufsberater

Informationsanlass: 1. März 2018, 18 Uhr
Start Lehrgang: August 2018, Mobilcity Bern
> www.agvs-upsa.ch

Automobildiagnostiker

Kursstart: Mittwoch, 15. August 2018

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Kursstart: Freitag, 17. August 2018

Automobil-Werkstattkoordinator

Kursstart: Freitag, 17. August 2018

> GIBB Bern, www.gibb.ch

CHUR / ZIEGELBRÜCKE

Automobildiagnostiker

Informationsabende:
15. März 2018, 19.00 Uhr,
Berufsschule Ziegelbrücke
16. März 2018, 19.00 Uhr,
AGVS Ausbildungszentrum, Chur
Anmeldeschluss: 29. März 2018
Lehrgangstart: 24. August 2018
ibW Höhere Fachschule Südostschweiz,
Chur
> www.ibw.ch

HORW

Automobildiagnostiker und Automobil-Werkstattkoordinator

Informationsabende: ab 18 Uhr,
22. Februar 2018
Start Vorbereitungskurs: August 2018
AGVS Ausbildungszentrum Horw
> www.agvs-zs.ch

ST. GALLEN

Automobildiagnostiker

Lehrgangstart: August 2018
Neu mit Einführungstagen
AGVS Ausbildungszentrum St. Gallen
> Infoanlässe siehe www.agvs-abz.ch

THURGAU

Automobildiagnostiker

Lehrgangstart: August 2018
Gewerbliches Bildungszentrum Weinfelden
> eb.gbwh.ch

WINTERTHUR

Kundendienstberater im Automobilgewerbe

Start Lehrgang: 12. Januar 2018, STFW
> www.stfw.ch/akb

Informationsanlass Weiterbildungen im Automobilgewerbe

Montag, 9. April 2018, 19.00 bis 20.30 Uhr,
STFW
> www.stfw.ch/info

Automobil-Verkaufsberater

Start Lehrgang: 21. August 2018, STFW
> www.stfw.ch/aavb

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Start Lehrgang: 22. August 2018, STFW
> www.stfw.ch/abwa

Automobildiagnostiker und Automobil-Werkstattkoordinator

Start Lehrgang: 5./6. September 2018, STFW
> www.stfw.ch/ad
> www.stfw.ch/adwo

ZÜRICH

Informationsanlass Weiterbildungen im Automobilgewerbe

Dienstag, 16. Januar 2018
18.30 bis 20.30 Uhr, TBZ Zürich
> www.tbz.ch/weiterbildung/automobil-technik

Betriebswirt im Automobilgewerbe

Start nach neuem Konzept:
23. Februar 2018, TBZ Zürich
> www.tbz.ch/weiterbildung/automobil-technik

Automobil-Werkstattkoordinator

Start Lehrgang: September 2018
TBZ Zürich
> www.tbz.ch

Lehrgang Fahrzeugrestaurator

Fachrichtung Automobiltechnik (2018)
Fachrichtung Carrosseriespenglerei (2019)
Fachrichtung Carrosserielackierei (2018)
Die nächsten Lehrgänge starten Anfang 2018, Anmeldungen und Informationen:
> www.fahrzeugrestaurator.ch

ROMANDIE

Diagnosticien d'automobiles

Prochaine session: janvier 2018
Cours du soir et samedi
Centre de formation UPSA-VAUD
Yverdon-les-Bains
> www.formation.upsa-vaud.ch

Brevet fédéral de conseiller de vente en automobile

Séance d'information: 30.1.2018, 18h
Prochaine session: 25.4.2018 – 27.11.2019
Centre Patronal de Paudex

Diplôme fédéral de gestionnaire d'entreprise de la branche automobile

Séance d'information: 1.2.2018, 18h
Prochaine session: 21.2.2018 – 27.6.2020
Centre Patronal de Paudex

Brevet fédéral de coordinateur d'atelier automobile UPSA

Séance d'information: 20.3.2018, 18h
Prochaine session: 10.9.2018 – 30.6.2019
Centre Patronal de Paudex

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

Séance d'information: 18.4.2018, 18h
Prochaine session: Printemps 2018
Centre Patronal de Paudex
> www.romandieformation.ch

VALAIS

Diplôme fédéral de gestionnaire d'entreprise de la branche automobile

Prochain session: 21.2.2018
Centre valaisan de perfectionnement continu, Sion
> www.cvpch.ch

Diagnosticien d'automobiles

Prochain session: Automne 2018
Ecole Professionnelle Technique et des Métiers, Sion
> www.formationcontinuevalais.ch

Coordinateur d'atelier automobile

Prochain session: Automne 2018
Ecole Professionnelle Technique et des Métiers, Sion
> www.formationcontinuevalais.ch

Aus den Sektionen

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



«Race to Sema»

Mit dem MechaniXclub in Las Vegas

Die Gewinner des grossen MechaniXclub-Wettbewerbs erlebten im November 2017 die wohl grösste Automobilzubehörmesse der Welt, die Sema in Las Vegas. «Dass alles riesig sein wird, haben wir uns gedacht – aber was wir hier sehen, ist kaum zu beschreiben!», meinten Flavio Ercolani und Simone Cucuzza überwältigt von den vielen Eindrücken.



Flavio Ercolani (l.) und Simone Cucuzza.

■ pd. Um an der Reise teilzunehmen, mussten die beiden während des ganzen Jahres Wettbewerbsfragen beantworten sowie am Finalevent auf der Kartbahn Lyss ihre Geschicklichkeit, ihr Gesangstalent und ihre Spontaneität beweisen.

Oliver Spuler von der ESA und Sven Saxer von Continental Suisse SA begleiteten die Gewinner. Sie waren sich einig: «Der MechaniXclub hat von der Partnerschaft von Continental und der ESA profitiert und einmal mehr bewiesen, die attraktivste Adresse für junge und jung gebliebene Mitarbeiter der Autobranche zu sein!»

Las Vegas by Night

Neben den Messtagen fanden die Gewinner auch Zeit, Las Vegas bei Tag und Nacht zu erleben: Casinos, in denen Flavio und Simone ihr Glück herausforderten, Hotelkomplexe, in denen Gondolieri ihre Runden drehten, Tanzclubs, in denen die Nacht zum Tag wurde. «Dank den Vegas-Profis

der ESA konnten wir die Stadt in kurzer Zeit intensiv erleben» sagte Flavio Ercolani. Simone Cucuzza schwärmte: «Die exklusive Continental-Party beim Caesars Palace war ein Höhepunkt, ein einmaliges Erlebnis!»

Der MechaniXclub wurde von der ESA 2011 lanciert und bietet Arbeitnehmern der Automobil- und Carrosseriebranche mit der kostenlosen Mitgliedschaft unzählige Vorteile. Über 9000 Member profitieren vom Angebot, das in der Automobilbranche einzigartig ist. Bereits zum zweiten Mal führte der MechaniXclub mit Continental den Contest «Race to Sema» durch. <

Sponsored Content

Für jedes Bedürfnis das richtige Garagenkonzept

■ pd. Die Automobiltechnik und die Kundenbedürfnisse entwickeln sich immer schneller weiter. Garagenbetriebe müssen deshalb laufend ihre Geschäftsphilosophie überdenken und ihr Wissen bezüglich Technik und Markt ergänzen. Garagenkonzepte bieten den Garagisten die Möglichkeit, ihr Know-how aktuell zu halten, ihr Angebot zu erweitern und ihren Betrieb als Mehrmarkenspezialist zu positionieren.

Garagen haben unterschiedliche Kunden und unterschiedliche Bedürfnisse. Damit die Schweizer Garagisten eine noch breitere Auswahl haben, hat die ESA im Frühling 2017 unter der Marke «Checkbox» ein neues Garagenkonzept eingeführt.

«Checkbox» unterscheidet sich in der Ausgestaltung stark von den beiden erfolgreichen Marken «Le Garage» und «Bosch Car Service», sowohl visuell als auch inhaltlich. Das Konzept ist modular aufgebaut und richtet sich an eher kleinere Garagenbetriebe. Auch bei diesem Angebot legt die ESA Wert auf eine hohe Qualität. Die Betriebe werden vor der Aufnahme entsprechend geprüft. Die

ESA hat für jedes Bedürfnis das passende Konzept.



le GARAGE

• «Le Garage» für Garagisten, die grossen Wert auf unternehmerische Freiheit legen, gleichzeitig eine starke Marke als Partner wünschen und von den Dienstleistungen eines Konzeptpartners profitieren wollen.



• «Bosch Car Service» für Garagisten, die sich eine starke internationale Marke als Partner wünschen, von den Dienstleistungen eines grossen Konzeptpartners profitieren wollen und die Möglichkeit haben, die entsprechenden Anforderungen zu erfüllen.

CHECKBOX

• «Checkbox» für Garagisten, die sich einer modernen Werkstattmarke anschliessen möchten, Dienstleistungen eines Konzeptpartners nur punktuell beziehen und bereit sind, die mit dem Konzept verbundenen Vorgaben und Verpflichtungen einzuhalten.

ESA-Gebietsleiter und die Geschäftsstellen der ESA helfen interessierten Garagisten gerne weiter, das richtige Konzept zu finden. <

Lehrgang diplomierter Betriebswirt im Automobilgewerbe

«Zeit, in die Weiterbildung

Durch den AGVS-Newsletter wurde Rolf Schürpf auf den Lehrgang zum diplomierten Betriebswirt im Automobilgewerbe aufmerksam, noch am selben Tag rief er bei der Kursanbieterin STFW an: «Ich sagte mir, es ist Zeit, in die Weiterbildung zu investieren.» Bereit hat er seine Entscheidung nicht. **Sandro Compagno**, Redaktion

■ Im Sommer 2018 werden Rolf Schürpf und seine 19 Kommilitonen als erste Absolventen der Schweizerischen Technischen Fachschule Winterthur (STFW) den Lehrgang zum

diplomierten Betriebswirt im Automobilgewerbe abschliessen. Neben der gewerblich-industriellen Berufsschule Bern (GIBB), der Technischen Berufsschule Zürich (TBZ) und

der Handelsschule KV Aarau sind die Winterthurer das vierte Institut in der Deutschschweiz, das diese höhere Berufsbildung anbietet. Man befinde sich in engem Austausch mit der GIBB in Bern, sagt Beat Geissbühler, Leiter Departement Fahrzeugtechnik an der STFW. Kein Wunder stehen in Bern und Winterthur teilweise die gleichen Lehrpersonen vor den Klassen.

In diesem ersten Winterthurer Lehrgang sitzt Rolf Schürpf. Mit seinen 47 Jahren ist der Geschäftsleiter Aftersales bei der Zürcher Binelli Group der Älteste in seiner Klasse. Da es sich auch bei seinen «Gspändli» um gestandene Berufsleute handelt, stört das den dreifachen Familienvater nicht: «Im Gegenteil: die Klasse ist gut durchmischt. Ich fühle mich sehr wohl und gut aufgehoben.»

Weiterbildung als Antwort auf die Dynamik der Branche

Rolf Schürpf blickt auf eine lange Karriere im Autogewerbe zurück: Lehre als Mechaniker, Weiterbildung zum Diagnostiker (ebenfalls an der STFW), Meisterprüfung, später noch eine Weiterbildung zum Verkaufskordinator, «um eine Lücke zu schliessen». Doch die Dynamik der Branche ist enorm; kaum ist eine Lücke geschlossen, öffnet sich andernorts eine neue. Das Ganze erinnert an die Tellernummer im chinesischen Zirkus; sobald man einen Teller nicht in Schwung hält, stürzt er zu Boden und zerbricht. Den

Die Anbieter

Sechs Schulen bieten die höhere Berufsbildung zum Betriebswirt im Autogewerbe an, vier in der Deutschschweiz, zwei in der Romandie.

Deutschschweiz

- Gewerblich-Industrielle Berufsschule Bern
- Technische Berufsschule Zürich
- Handelsschule KV Aarau
- Schweizerische Technische Fachschule Winterthur

Französische Schweiz

- Centre Patronal, Paudex
- Centre valaisan de perfectionnement continu CVPC, Sion



Rolf Schürpf vor der Schweizerischen Technischen Fachschule in Winterthur: Der Familienvater stemmt derzeit ein Wochenpensum von rund 70 Stunden.

zu investieren»

zweijährigen, berufsbegleitenden Lehrgang bezeichnet Rolf Schürpf als Herausforderung. Er erlebe trotz seines reichen Erfahrungsschatzes wenig Repetition.

Wichtig im Lehrgang sei der Bezug zur Praxis im Autogewerbe, fügt Beat Geissbühler an: «Vielorts ist die branchenneutrale Ausbildung zum Betriebswirt auf Grossbetriebe und Industrie ausgerichtet und weniger auf KMU und Dienstleistungen.» Dabei seien die Fragen und Probleme in einem Grossunternehmen mit einigen 1000 Mitarbeitenden nun einmal andere als in einem Betrieb mit fünf Angestellten.

Dieser Praxisbezug geht an der STFW über die Unterrichtsstunde hinaus. Rolf Schürpf: «Oft bringt ein Student eine praktische Fragestellung mit in die Lektion. Oder man kann sich per Mail an einen Dozenten wenden. Diese stehen uns für Auskünfte nicht nur während des Unterrichts zur Verfügung.» Eine Exkursion zur Emil Frey AG gehörte ebenso zum Programm wie es der Besuch am «Tag der Schweizer Garagisten» am 17. Januar in Bern wird.

100 Prozent in vier Tagen

Zwei Jahre dauert der Lehrgang. Es sind zwei Jahre, die den Teilnehmern einiges ab-

verlangen. Rolf Schürpf arbeitet momentan zwar lediglich vier Tage pro Woche: «Aber ich bewältige in dieser Zeit ein 100-Prozent-Pensum...» Lange Geschäftszeiten ziehen flexible Arbeitszeiten nach sich, sodass sich auch in vier Tagen ein Wochenpensum schaffen lässt. Neben diesem Pensum und dem Unterricht – jeweils mittwochs sowie teilweise samstags – stehen wöchentlich weitere sechs bis acht Stunden für Hausaufgaben und Selbststudium auf dem Programm. So kommt Rolf Schürpf locker auf ein Wochenpensum von 65 bis 70 Stunden: «Eine verständnisvolle Frau und die Unterstützung des Arbeitgebers sind wichtig.» Dabei steht beim Arbeitgeber die zeitliche Flexibilität und nicht etwa die finanzielle Hilfe im Fokus (siehe Box).

Im September warten die eidgenössischen Prüfungen. Bis dahin müssen Rolf Schürpf und seine Mitstreiter neun Module erfolgreich abschliessen und sich so für die höhere Fachprüfung (HFP) qualifizieren. Dort werden diese neun Module oder Themenbereiche in Fallstudien, Präsentationen und Fachgesprächen vernetzt. «Ich mache diese Ausbildung, um mich für die Zukunft fit zu machen», sagt Rolf Schürpf, «und weil ich eine Zukunft im Autogewerbe sehe.»

Im August 2016 las er den AGVS-Newsletter und nahm noch am gleichen Tag den Telefonhörer in die Hand, um an der STFW anzurufen. Und er würde es heute genau gleich machen. <

Die Subventionen

om. Absolvierende von vorbereitenden Kursen auf eidgenössische Berufsprüfungen und höhere Fachprüfungen erhalten seit 1. Januar 2018 eine bundesweit einheitliche finanzielle Unterstützung. Allerdings sind einige Punkte zu beachten.

Der Antrag auf Subventionierung des Lehrgangs kann erst nach der Absolvierung der eidgenössischen Prüfung über ein Onlineportal beim Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI) eingereicht werden. Die Auszahlung erfolgt unabhängig vom Prüfungserfolg. Der Bund übernimmt 50 Prozent der anfallenden Kosten.

Wichtig: Kursgebühren, die von Dritten übernommen und direkt an den Kursanbieter bezahlt werden, sind von der Subventionierung ausgeschlossen. Eine Unterstützung durch den Arbeitgeber an den Absolvierenden (z.B. mittels Bildungsvereinbarung oder Darlehensvertrag) hat jedoch keinen Einfluss auf den Subventionsanspruch. Hier gilt es, kostspielige Fehler zu vermeiden.



DIAGNOSE, SERVICE UND TPMS IN EINEM GERÄT.

Exclusive Swiss **AUTEL**® Partner

Inklusive 8 RDKS-Sensoren Gratis!



Ein denkwürdiger Moment: Die diplomierten Betriebswirtinnen und Betriebswirte mit den Lehrgangsverantwortlichen.

Diplomierte Betriebswirte im Automobilgewerbe

Der Wille zur Höchstleistung

Sowohl technisch als auch in den Betriebsabläufen: Die Digitalisierung verändert die Autobranche tiefgreifend. 41 Berufsleute begegnen diesem Wandel nun als eidgenössisch diplomierte Betriebswirte im Automobilgewerbe. Dieser Weiterbildungswille mache die Branche stärker und zukunftsfähig, so das Fazit der Diplomfeier. **Tatjana Kistler**, Redaktion

■ 53 Kandidaten stellten sich vom 4. bis 12. September einer vorbereitungsintensiven Hürde. Sie legten die Höhere Fachprüfung für diplomierte Betriebswirtinnen und Betriebswirte im Automobilgewerbe ab. Umso erfreulicher, dass 41 Ausbildungsabsolventen die Hürde mit Bravour genommen haben. Eine Kür, die entsprechend gewürdigt werden sollte. So bereitete der AGVS den Diplomierten (siehe Box) am 1. Dezember im Gasthaus zum Schloss Falkenstein in Niedergösgen einen würdigen Rahmen, um auf das jüngst erlangte Diplom und eine aussichtsreiche Zukunft in einer herausforderungsreichen, aber umso spannenderen Branche anzustossen.

Aus der Masse herausstechen

Den Auftakt zur Feierlichkeit machte der AGVS-Bildungsverantwortliche Olivier Maeder, der die elegant gekleidete und erwartungsfrohe Gesellschaft nach der Programmläuterung aber erst einmal zur Stärkung am reichhaltigen Apérobuffet entlassen durfte. Auf gestärkten beruflichen Standbeinen sollten die 39 Absolventen der Höheren Fachprüfung sowie die zwei Absolventinnen auch aus dieser Diplomfeier nach Hause und in ihre Betriebe entlassen werden.

Für Peter Baschnagel, Präsident der Qualitätssicherungs-Kommission Höhere Fachprüfung, Grund genug, den schulisch anspruchsvollen, zweijährigen Weiterbildungsweg zu würdigen: «Sie haben sich dafür entschieden, hohe Leistungen zu erbringen, nicht Mittel-

mass zu sein.» Eine Bereitschaft mit Zukunft, hätten sich die Absolventen doch die Voraussetzungen angeeignet, erfolgreich ein Unternehmen durch eine sich permanent verändernde Geschäftswelt zu führen. «Lassen Sie sich also nicht in Ihren eigenen Ideen einbremsen», gab Baschnagel den Berufsleuten die nötige Portion Enthusiasmus und Selbstsicherheit mit auf den Weg.

Das Rüstzeug für die Herausforderung von morgen

Den Willen zur Weiterbildung erhob Charles-Albert Hediger, Präsident der Berufsbildungskommission (BBK), zur nationalen Tugend. Immerhin könne die Schweiz als Wirtschaftsstandort auf dem globalen Parkett nur dank ihrer grössten und wichtigsten Ressource bestehen – die Bildung. Das Erfolgsmodell der dualen Berufsbildung trägt Früchte.

Autoberufe haben Zukunft: Ein Credo, das auch AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli in seiner Lobrede in den Fokus rückte. «Eine solide Grund- und Weiterbildung ist das Rückgrat jeder Branche. In der Automobilbranche gilt dies ganz besonders, weil der Wandel in der Technik, der Technologie, aber auch bei den Abläufen in den Betrieben sehr schnell vorstatten geht», konstatierte Wernli. Umso mehr sei gerade ein solch grosser Branchenverband auf engagierte Fachleute mit Vorbildcharakter angewiesen. Und in den Reihen der Vorbilder des schweizerischen Garagistenverbands befänden sich die



Frauenpower: Yasmin Bürgi aus Rohr AG mit AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli, Charles-Albert Hediger und Peter Baschnagel.



Frauenpower: Selina Patricia Sandmeier aus Niederrohrdorf AG mit ihrem Diplom Betriebswirtin Automobilgewerbe.



Der langersehnte Moment der Diplomübergabe durch Charles-Albert Hediger (l.) und Peter Baschnagel.



Festliche Stimmung im Saal des Gasthauses zum Schloss Falkenstein in Niedergösgen und bei den Prüfungsexperten im Vordergrund.

Absolventen der Höheren Fachprüfung in guter Gesellschaft. Stolz 8500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der AGVS-Mitgliedsbetriebe befanden sich derzeit in Aus- und Weiterbildung.

Denn die Realität, die herausforderungsreiche Digitalisierung der Automobilbranche sowie die Konsequenzen der Mobilität von morgen verlange ebendiese Bildungs- und Leistungsbereitschaft. Was aber bleibe, sei die Faszination am Auto und die Rolle des Garagisten als Vertrauensperson und Experte, der auf seine Kunden und deren Bedürfnisse eingeht und sich zum umfassenden Mobilitätsdienstleister mausert. Eine spannende Aufgabe, zu deren Verwirklichung die 41 diplomierten Betriebswirtinnen und Betriebswirte Automobilgewerbe jetzt, mit dem Diplom in den Händen, beitragen dürfen und müssen. <



Grund zur Freude: Absolventen mit ihren Partnerinnen.

Die 41 diplomierten Betriebswirtinnen und Betriebswirte im Automobilgewerbe

34 der 41 erfolgreichen Absolventen der Höheren Fachprüfung – darunter zwei Frauen – legten den Lehrgang an der Technischen Berufsschule Zürich (TBZ), der Gewerblich Industriellen Berufsschule Bern (GIBB) respektive der Handelsschule KV Aarau ab, sieben Teilnehmer besuchten das Centre Patronal, Paudex.

Stefan Bär (Eichberg SG)
 Yasmin Bürgi (Rohr AG)
 Jan-Andrea Christen (Schindellegi)
 Werner Fuchs (Walchwil ZG)
 Christoph Grob (Zofingen AG)
 Christoph Grüebler (Otelfingen ZH)
 Stefan Hiltmann (Oberrohrdorf AG)
 Pero Juric (Zürich ZH)
 Pascal Matthey (Domat/Ems GR)
 Claudio Müller (Rohr AG)
 Jan Pachler (Attikon ZH)
 Thomas Raymann (St. Gallenkappel SG)
 Tobias Signer (Zürich ZH)
 Andreas Wüst (Hausen AG)

Urs Zuberbühler (Zuzwil SG)
 Beat Baumann (Hinwil ZH)
 Markus Benz (Zürich ZH)
 Stefan Bieri (Würenlos AG)
 Rade Bogicevic (Rebstein SG)
 Franz Dorin (Gossau SG)
 Philipp Fischbacher (Gonten AI)
 Raphael Fuchs (Grub AR)
 Pascal Kunz (Wetzikon ZH)
 Nicolas Meier (Sissach BL)
 Andreas Oehri (Eschen FL)
 Reto Rosenast (Altendorf SZ)
 Selina Patricia Sandmeier (Niederrohrdorf AG)
 Rolf Saner (Mümliswil SO)

Thomas Scherz (Steffisburg BE)
 Mario Scheurer (Studen BE)
 Claude Tanner (Belp BE)
 Bernhard Von Allmen (Steffisburg BE)
 Bruno Wanner (Schaffhausen SH)
 Urs Wüthrich (Wattenwil BE)
 Baptiste Borcard (Grandvillard FR)
 Steve Di Biasio (Yverdon-les-Bains VD)
 Damien Fiaux (Renens VD)
 Fluturim Sakiri (Cuarnens VD)
 Peter Dos Santos Lopes (Vandoeuvres GE)
 Frédéric Sallin (Villaz-St-Pierre FR)
 Romain Wyssmüller (Bulle FR)

Das erwartet uns 2018

Die Verkehrspolitik ist immer in Bewegung, auch im laufenden Jahr. Im Folgenden ein Überblick über das künftige verkehrspolitische Geschehen von A wie Abgaswartung bis Z wie zweite Röhre. **Raoul Studer**, Redaktion



Blick in den Nationalratssaal: Auch im neuen Jahr werden der Verkehr und die Verkehrspolitik die eidgenössischen Räte beschäftigen.

■ Das Jahr 2018 wird uns wiederum eine ganze Anzahl verkehrspolitischer Themen bescheren. Und bei solchen Themen bezeichnet sich jeder als Experte, weil ihn die Auswirkungen der Verkehrspolitik täglich ganz direkt betreffen.

Verkehrssicherheitspaket «Via sicura»

Seit 2013 sind die Massnahmen des Verkehrssicherheitspakets «Via sicura» gestaffelt in Kraft getreten. Nach dem Evaluationsbericht des Bundesrats vom 28. Juni 2017 zeigte sich, dass gewisse Punkte der Revision bedürfen. Die ständerätliche Verkehrskommission verlangte deshalb mit einer Motion, dass bei Fahrlässigkeit ein Ermessensspielraum für die Gerichte vorgesehen, die Freiheitsstrafe von mindestens einem Jahr gestrichen und die Mindestdauer für den Führerausweisentzug reduziert werden.

Weiter forderte die Motion, dass die Rückgriffspflicht der Versicherer in Artikel 65 Absatz 3 SVG (Strassenverkehrsgesetz) wieder in ein Rückgriffsrecht umgewandelt und auf die Massnahmen zu den Datenaufzeichnungsgeräten und den Alkoholwegfahrsperrern verzichtet wird. Um die Beratung der Kommissionsmotion in den Räten abzuwarten, hat die Verkehrskommission die Behandlung weiterer Geschäfte im Zusammenhang mit «Via sicura» ausgesetzt. Die Motion wurde im Ständeratsplenum in der Wintersession behandelt und angenommen. Sie kommt 2018 in den Nationalrat.

Entscheid zu «Opera 3»

Nicht zu verwechseln mit «Via sicura» ist «Opera 3». Hierbei geht es um die Revision der Fahrausbildung. Neu soll die Fahrausbildung

nicht mehr mit der Theorieprüfung beginnen, sondern mit dem Verkehrsunterricht, wofür ein Mindestalter von 16 Jahren vorgesehen ist. Der neu unbeschränkt gültige Lernfahrausweis soll in Zukunft bereits mit 17 Jahren abgegeben werden. Wer die praktische Führerprüfung in einem Fahrzeug mit Automatikgetriebe absolviert hat, darf auch handgeschaltete Autos fahren und umgekehrt. Während der dreijährigen Probezeit muss innerhalb der ersten sechs Monate ein Weiterbildungskurs absolviert werden; nicht mehr zwei wie bisher. Daneben gibt es weitere Revisionspunkte.

Aus Fahrlehrerkreisen gab es in der Vernehmlassung heftigen Protest, der sich insbesondere gegen die Reduktion der Weiterbildungskurse von zwei auf einen Tag sowie gegen die Herabsetzung auf 17 Jahre zur Erlangung des Lernfahrausweises richtete.

Da das Ganze auf Verordnungsstufe geregelt wird, fällt es in die Kompetenz des Bundesrats. Er wird mit einem Beschluss die Verordnung möglicherweise bereits 2018 in Kraft setzen. Inwiefern er die kritischen Stimmen berücksichtigt, wird sich weisen.

Ringern um ein CO₂-Gesetz

Ein weiterer Brocken ist die Totalrevision des CO₂-Gesetzes für den Zeitraum 2021 bis 2030 sowie die Botschaft zur Genehmigung des Abkommens zwischen der Schweiz und der Europäischen Union über die Verknüpfung des Emissionshandelssystems. Hierzu hat der Bundesrat Anfang Dezember 2017 die Botschaft verabschiedet, die 2018 in die Räte kommt. Was den Verkehr angeht, sollen die Emissionen durch eine Erhöhung des Anteils an erneuerbaren Treibstoffen sinken. Parallel dazu ist beabsichtigt, die CO₂-Emissionsvorschriften für

neue Fahrzeuge im Einklang mit denjenigen in der EU schrittweise zu verschärfen. Der Anteil der Emissionen aus Treibstoffen, der von den Treibstoffimporteuren kompensiert werden muss, kann bis auf 90 Prozent erhöht werden, wobei mindestens 15 Prozent der CO₂-Emissionen aus dem Verkehr in der Schweiz zu kompensieren sind. Der Bundesrat rechnet damit, dass wegen der Kompensationspflicht der maximale Preisaufschlag für den Liter Treibstoff im Jahr 2030 auf zehn Rappen zu stehen kommt.

Zweite Gotthardröhre wird konkret

Voraussichtlich im kommenden Frühjahr wird das öffentliche Ausführungsprojekt für die zweite Gotthardstrassenröhre dem eidgenössischen Verkehrsdepartement eingereicht. Verläuft alles planmässig (Plangenehmigung und Behandlung etwaiger Beschwerden), dürfte mit dem Bau frühestens im Jahr 2020 begonnen werden.

Rechtsabbiegen und Rechtsvorbeifahren

Anno 2018 soll die Vernehmlassung zur Revision der Verkehrsregeln- und der Signalisationsverordnung starten, die zurzeit im Bundesamt für Strassen (Astra) vorbereitet wird. Es geht unter anderem darum, Rechtsabbiegen bei Rot auch den Autofahrern zu erlauben, wie das heute schon in den USA üblich ist. Testversuche bei Velofahrern laufen zurzeit in Basel und sollen sich bewähren. Ein weiterer Punkt ist das Rechtsvorbeifahren auf Autobahnen, mit dessen Anwendung man hofft, die Kapazitäten auf der Strasse besser auszunützen.

Bundesgesetz zur E-Vignette

Nachdem die Vernehmlassung zum neuen Nationalstrassenabgabegesetz abgeschlossen ist, wird momentan die Botschaft dazu ausgearbeitet und vom Bundesrat voraussichtlich 2018 verabschiedet. Die E-Vignette wäre keine eigentliche Vignette mehr, sondern eine elektronisch registrierte Berechtigung. Nach dem Nein des Volkes vom November 2013 soll der Preis weiterhin bei 40 Franken pro Jahr bleiben. Wegen des geringen Abgabebetrags und des pauschalen Charakters eigne sich die Nationalstrassenabgabe nicht dazu, eine verkehrslenkende Wirkung zu erzielen, schreibt der Bundesrat in seinem erläuternden Bericht dazu. Deshalb habe man auf Lösungen mit dem Ziel einer Verkehrslenkung verzichtet. Das bedeutet aber kaum, dass Road Pricing kein Thema mehr ist. Es ist einfach heute noch keines – doch das kann sich ändern. Nach den Darlegungen des Bundesrats kann die E-Vignette frühestens 2023 eingeführt werden.

Die Velo-Initiative

Der Ständerat hat in der Wintersession den direkten Gegenvorschlag (also auf Verfassungsstufe) des Bundesrats zur Velo-Initiative mit grossem Mehr gutgeheissen. Die neue Verfassungsbestimmung der Initianten würde den Bund verpflichten, Fuss-, Wanderweg und auch Velonetze zu fördern und dafür Fördergelder zur Verfügung stellen. Das ging der Kleinen Kammer zu weit. Der Vorschlag des Bundes sieht vor, dass der Bund Massnahmen der Kantone und Dritter unterstützen kann, aber keine Pflicht zur Förderung besteht. Ganz gratis ist indes auch der Gegenentwurf des Bundesrats nicht. Er schätzt die Kosten für die Umsetzung auf rund eine Million Franken. Das Geschäft geht 2018 in den Nationalrat.

Abgaswartung erneut aufs Tapet

Mit einer Motion hat Nationalrätin Tiana Angelina Moser (GLP/ZH) den Bundesrat beauftragt, in der Schweiz eine periodische Abgasprüfung zur Einhaltung der Emissionsgrenzwerte während der gesamten Dauer des Fahrzeugbetriebs einzuführen. Diese soll alle Motorfahrzeuge inklusive elektronisch geregelten Euro-6/VI-Fahrzeuge einschliessen. Der Bundesrat beantragt die Ablehnung der Motion. Diese kommt 2018 in den Nationalrat (siehe Artikel Seite 60).

Ärztliche Untersuchung erst ab 75 Jahren

Die beiden Räte haben dem Vorstoss von Maximilian Reimann (SVP/AG) zugestimmt, wonach die erste ärztliche Untersuchung nicht mehr ab dem vollendeten 70., sondern ab dem vollendeten 75. Altersjahr stattfinden soll. Die Referendumsfrist für diese Gesetzesänderung läuft noch bis zum 18. Januar 2018. Der Bundesrat wird anschliessend das Inkrafttreten der neuen Bestimmung beschliessen. Vermutlich dürfte es der 1. Januar 2019 sein, da die Strassenverkehrsämter Zeit zur Umstellung benötigen. Bis zu diesem Zeitpunkt gilt noch die heutige Regelung.

Und jetzt der NAF

Auf den 1. Januar 2018 tritt der NAF (Nationalstrassen- und Agglomerationverkehrsfonds) in Kraft. Der Bundesrat hat die Rechtsänderungen auf Verfassungs-, Gesetzes- und Verordnungsstufe wie vom Parlament beschlossen gestaffelt per 1. Januar 2018 (NAF) bzw. per 1. Januar 2020 (Neuer Netzbeschluss Nationalstrassen NEB) für gültig erklärt. Damit werden die Mittel für die Projekte der Netzfertigstellung und der Engpassbeseitigung künftig aus dem neuen Fonds bezahlt. <

Ihr 4x4 Spezialist
für Getriebe, Lenkungen und Achsen.
www.zf.com/services/ch



ZF Services Schweiz AG
8604 Volketswil



DLK TECHNOLOGIES
pour le traitement des eaux - für Wassertechnik



Autosalon Genf 2018

Sonozaire
Kein Geruch mehr in Autos
Smart Lösungen mit OZON

www.dlk.ch
www.ozone.ch

ozone.ch
Les spécialistes de l'eau et de l'ozone



Abgasprüfung

Deutschland drückt aufs Gas

Während der nördliche Nachbar seit einigen Tagen bei den Abgaskontrollen wieder eine Endrohrmessung für alle Autos durchführt, steht in der Schweiz ein entsprechender politischer Vorstoss noch auf der Warteliste. Initiantin Tiana Angelina Moser (Nationalrätin GLP/ZH) hofft auf die Frühlingssession. **Tatjana Kistler**, Redaktion



Seit Anfang dieses Monats in Deutschland Realität: Endrohrprüfungen.

■ Deutschland macht ernst: Seit dem 1. Januar 2018 wird bei der Abgaskontrolle bei allen Autos eine Endrohrmessung durchgeführt. Im nördlichen Nachbarland werden jährlich 24 Millionen Abgasuntersuchungen durch Werkstätten und Prüforganisationen wie TÜV, Dekra, KÜS und GTÜ durchgeführt. Von der Endrohrmessung befreit waren bis anhin Autos mit Baujahr 2006 und jünger. Damit ist jetzt Schluss – sowohl bei Dieselfahrzeugen als auch bei Benzinern. Mit dem neuen Endrohr-Prüfobligatorium könne fortan zuverlässiger sichergestellt werden, ob die Abgasreinigung eines Autos beeinträchtigt sei, so das Hauptargument. «Das betrifft Defekte, aber auch bewusste

Manipulationen», begründet der deutsche Verkehrsminister und CSU-Politiker Alexander Dobrindt den Kurswechsel gegenüber «focus.de». Eine Konsequenz aus dem Dunstkreis der Diesel-Thematik, die sich die politischen Befürworter der Endrohrmessung zunutze zu machen wussten.

Die politische Diskussion rollt an

Steht nun auch in der Schweiz ein politischer Richtungswechsel bei der Abgaskontrolle bevor? Noch nicht, aber es kommt Bewegung in die Sache. Die Zürcher GLP-Nationalrätin Tiana Angelina Moser hat mit ihrer Motion zur Wiedereinführung der periodischen Abgasprüfung während der

gesamten Dauer des Fahrzeugbetriebs im März 2017 einen Vorstoss in diese Richtung gemacht. «Damit die realen Abgaswerte ermittelt werden, reicht der gute Glaube an die Einstellungen der Hersteller nicht», liess sich Moser derweil über ihre Motivation zu einem Engagement in dieser Sache in den Medien zitieren. Die Motion kommt voraussichtlich in der Frühlingssession in den Nationalrat.

Der AGVS bietet der Politik Hand

Fakt ist: Sozialpolitisch würde die Umsetzung der Motion Moser einer Aufwertung des Berufsprofils des Garagisten als Zahnrad innerhalb der nationalen Umweltschutzbemühungen gleichkommen. Und nicht zuletzt wäre den Garagisten mit der obligatorischen Endrohrmessung Zusatzfrequenz beschert. Markus Peter, Leiter Technik & Umwelt beim AGVS, ortet einen weiteren positiven Nebeneffekt der Motion, die Rehabilitierung des Verbrennungsmotors: «Wenn man die Abgasprüfungen richtig konzipiert, kann man damit auch den Ruf des Verbrennungsmotors verbessern.» Der AGVS biete sich hier als Partner an bei der Definition der Messverfahren und Prüfmethoden. Die Motion fordert nämlich auch zu prüfen, «welche geeigneten Messmethoden die Einhaltung der Emissionsgrenzwerte sicherstellen». <



**TBZ
HF**

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

Weiterbildung

Wir suchen Karrieretypen!

➔ **Lehrgänge Automobiltechnik**

Info-Abende an der TBZ HF

Di 16.1.18 und Mo 19.2.18, 18:30



Steueroptimierung im Jahresabschluss

Es besteht Gestaltungsspielraum

Anfang Januar beginnt für die meisten Betriebe das neue Geschäftsjahr. Dies bedeutet, dass der Jahresabschluss bereits wieder vor der Tür steht. Aus steuerlicher Sicht bieten sich dem Abschlussersteller diverse interessante Gestaltungsmöglichkeiten, die Steuerbelastung des abgelaufenen Geschäftsjahres zu optimieren. **Andreas Kohli, Figas**



Alle Jahre wieder: die Steuererklärung.

■ Steuerplanung ist grundsätzlich eine langfristige Sache und sollte nicht erst bei der Erstellung des Jahresabschlusses angegangen werden. Wichtig ist dabei, dass das Optimieren von Steuern und nicht das Sparen im Vordergrund steht. Das zu rasche Ausreizen sämtlicher Möglichkeiten des Steuersparens kann sich längerfristig kontraproduktiv auswirken.

Nachfolgend einige Positionen, bei denen Gestaltungsspielraum für den Jahresabschluss besteht.

Warenvorräte

Die Bildung oder Auflösung des steuerlich privilegierten Warendrittels ist eines der wichtigsten Elemente für die Steuerung des ausgewiesenen Erfolgs. In der Praxis ist jedoch oft zu sehen, dass nebst der Warenreserve keine weiteren Wertberichtigungen auf den Warenvorräten bestehen. Die Warenreserve sollte jedoch vom Marktwert, das heisst vom Einstandspreis abzüglich der betriebsnotwendigen Wertberichtigungen, berechnet werden. Ohne separate Wertberichtigungen muss ein Teil der Warenreserve als notwendig angeschaut werden. In diesem Fall wird die vollständige Ausnutzung des privilegierten Warendrittels «verschenkt».

Forderungen

Es empfiehlt sich, die Debitorenliste zu durchkämmen und kaum mehr einbringbare Forderungen als Debitorenverluste auszu-

buchen. Bei bereinigtem Debitorenbestand darf trotzdem eine Delkredere-Rückstellung bis zum steuerlich maximalen Pauschalsatz gebildet werden, die weitgehend eine stille Reserve darstellt. Zudem hat die Ausbuchung der Forderungen den positiven Nebenaspekt, dass die bei der Rechnungsstellung abgelieferte Umsatzsteuer wieder zurückgeholt werden kann (MwSt.-Code bei der Ausbuchung nicht vergessen).

Anlagevermögen

Die Abschreibungssätze auf den Sachanlagen sind kantonal unterschiedlich hoch. Einige Kantone kennen zudem Sofort- oder Einmalabschreibungen. Dabei können Investitionen in mobile Sachanlagen vollumfänglich oder zumindest zu einem wesentlichen Teil bereits im Anschaffungsjahr abgeschrieben werden. In den folgenden Jahren besteht jedoch keine Möglichkeit mehr, auf dem Anlagegut weitere Abschreibungen zu tätigen – und zwar solange, bis das Anlagegut ausgeschieden wird oder glaubhaft gemacht werden kann, dass weitere Abschreibungen notwendig sind.

Ferner können in einigen Kantonen Nachholabschreibungen vorgenommen werden, sofern in den Vorjahren aufgrund von ungenügenden Ergebnissen die Abschreibungen nicht zum maximalen Steuersatz erfolgten. Zu prüfen ist auch die Möglichkeit, geleaste Anlagegegenstände zu aktivieren und die Abschreibungsmethode dementsprechend zu gestalten.

Rückstellungen

Bestehende Rückstellungen werden in der Regel von der Steuerverwaltung akzeptiert. Hingegen sind viele Steuerkommissäre gegenüber neu gebildeten Rückstellungen recht kritisch und verlangen einen Nachweis über deren Notwendigkeit. Diese ist oft schwer zu beweisen. Deshalb muss die steuerliche Abzugsfähigkeit der Rückstellung gut überlegt sein.

Garantien und Kulanzen sind die häufigsten Rückstellungen im Autogewerbe. Auch solche für Leasingverpflichtungen (Übernahmeverpflichtungen zu Restwerten) sind oft anzutreffen. In einigen Kantonen wird eine Rückstellung von 5 Prozent der Restwerte akzeptiert. Je nach Kanton und Steuerkommissär kann es aber auch mehr oder weniger sein. Gewisse Kantone wie beispielsweise Zürich oder Bern kennen auch Rückstellungen für Grossreparaturen auf Liegenschaften. Die steuerliche Akzeptanz dieser Rückstellungen sind in den kantonalen Steuergesetzen klar umschrieben und berechenbar.

Arbeitgeberbeitragsreserven

Einzahlungen in die AGR sind steuerlich abzugsfähig. Die Reserven dürfen bis maximal dem fünffachen jährlichen BVG-Arbeitgeberbeitrag geäuft werden. In einigen Kantonen toleriert die Steuerverwaltung, wenn der voraussichtliche Beitrag an die AGR in der Jahresrechnung nur passiviert und erst im folgenden Geschäftsjahr (in der Regel innerhalb von 6 Monaten) eingezahlt wird. Es gibt aber auch Kantone, die einen bloss abgegrenzten Betrag steuerlich nicht als Aufwand anerkennen. In diesen Fällen ist eine Einzahlung vor dem Bilanzstichtag zwingend. <



Weitere Infos unter:
www.figas.ch

Probefahrten/Mietwagen

Vor der Herausgabe: Der Garagist ist in der Informationspflicht

Der Garagist gibt einem Kaufinteressierten im guten Glauben ein Fahrzeug zur Probefahrt heraus – der Kunde baut einen Unfall mit Sachschadenfolge. Doppeltes Pech, wenn der Lenker keinen gültigen Führerausweis besitzt. Wie sieht das nun versicherungstechnisch aus? Ralf Kühne-Schäfer, Leiter Flotten bei der Allianz Suisse, erklärt die wichtigsten Punkte rund um das Thema Probefahrten und Mietwagen. Tatjana Kistler, Redaktion

Damit die Probefahrt zum Fahrerlebnis und Käuferfolg und nicht zum Versicherungsfiasco wird: Der Benutzungsvertrag für Probefahrten des AGVS bietet Schutz.

■ Herr Kühne-Schäfer: Was muss ein Garagist vor der Herausgabe eines Fahrzeugs für eine Probefahrt respektive bei einem Mietfahrzeug beachten?

Ralf Kühne-Schäfer: Als Allererstes muss der Garagist natürlich darauf achten, dass der Kunde oder der Lenker des Fahrzeugs überhaupt berechtigt ist, das Fahrzeug zu nutzen. Das heisst: Er muss prüfen, ob der Kunde über einen entsprechenden Führerausweis verfügt. Dann gilt es, die Personalien aufzunehmen und den Zeitraum der Probefahrt beziehungsweise der Mietdauer festzulegen. Beide Seiten vereinbaren dies in einem Benutzungs-/Mietvertrag, der auch ein Zustandsprotokoll des Fahrzeugs beinhaltet. Damit werden böse Überraschungen bei der Rückgabe des Fahrzeugs vermieden, wenn es zum Beispiel bereits im Vorfeld Schäden am Fahrzeug gab.

Es herrscht also dringende Informationspflicht.

Genau. Es ist unerlässlich, dass der Garagist den Kunden oder mögliche Kaufinteressenten über den bestehenden Versicherungsschutz des Fahrzeugs und die geltenden Selbstbehalte informiert. Klare Regelungen verhindern bereits im Vorfeld Diskussionen, sollte es tatsächlich zu einem Schadenfall kommen.

Welche Strafe droht einem Garagisten, wenn er seiner Sorgfaltpflicht nicht oder nur ungenügend nachkommt?

Als Versicherungsgesellschaft sind wir ja keine Strafbehörde,

insofern droht dem Garagisten von unserer Seite keine Strafe im klassischen Sinn. Allerdings können wir im Schadenfall bei schuldhafter Verletzung der gesetzlichen und vertraglichen Vorschriften natürlich die Leistungen kürzen oder verweigern. Um ein Beispiel zu geben: Ein Kunde macht eine Probefahrt ohne gültigen Führerausweis und verursacht einen Unfall. Das führt bei der Kaskoversicherung dann zur Leistungsverweigerung seitens des Versicherers, in der Haftpflichtversicherung kann die Versicherung bei Schäden an Dritte Regress auf den Händler respektive die Garage nehmen. Es kann unter Umständen also ziemlich ins Geld gehen, wenn die Regelungen nicht beachtet werden.

Wann greift beim Thema «Probefahrten/Mietfahrzeuge» der Versicherungsschutz?

Grundsätzlich gilt: Bei der Motorfahrzeug-Haftpflichtversicherung besteht Versicherungsschutz, wenn das Fahrzeug mit einem gültigen Kontrollschild gefahren wird. Im Kaskofall besteht erst dann Versicherungsschutz, wenn entweder eine Kaskoversicherung für das Händlerschild oder für das fest eingelöste Fahrzeug (mit Einzel- oder Wechselschild) abgeschlossen wurde. Was unbedingt beachtet werden muss: Reine Mietfahrzeuge, deren Geschäftszweck ja die Erzielung von Mieteinnahmen ist, müssen der Versicherung als solche auch wirklich deklariert werden.

Gesuch Gefunden.

Die Nr. 1 mit grösstem Lager und bequemem Onlineshop. shop.hirschi.com

HIRSCHI AG
Zieht.



zum Beispiel bei schuldhaftem Verhalten des Fahrzeughalters entweder gekürzt oder auf den Lenker regressiert werden, sollte dieser sich schuldhaft verhalten haben. Es kann bis zur Leistungsverweigerung führen, wenn man auf den entsprechenden Gesetzesartikel Via Secura blickt. Deshalb ist es ja so wichtig, dass die oben genannten Punkte sowohl vom Garagisten als auch vom Kunden beachtet werden. Alles bereits im Vorfeld zu regeln, kann im Schadenfall viele Diskussionen vermeiden. <

Der AGVS bietet mit Vertragsvorlage Hand

Auf der Website des AGVS findet sich der **Benutzungsvertrag für Probefahrten**. Wichtig ist, dass sich der Ausleiher mit der Unterschrift auf diesem Formular gesetzlich verbindlich verpflichtet, das Fahrzeug selbst und ausschliesslich zur Probefahrt zu verwenden. Für unsorgfältigen Gebrauch des Fahrzeugs und für allfällige Beschädigungen haftet er vollumfänglich, sofern dafür nicht die Fahrzeugversicherung aufkommt (Selbstbehalt, Regress der Versicherung, et cetera).

Der Probefahrer stimmt ebenfalls zu, bei einem Unfall den Verleiher sofort zu benachrichtigen und ein Unfallprotokoll zu erstellen. Zudem muss der Lenker selbst grundsätzlich die Polizei benachrichtigen. Das Wichtigste: Der Ausleiher ist mit diesem Benutzungsvertrag für die Einhaltung der geltenden Strassenverkehrsvorschriften verantwortlich. Für allfällige Verkehrsvergehen wie Geschwindigkeitsüberschreitungen haftet der Ausleiher daher vollumfänglich selbst.

Der AGVS rät dringend, dem Benutzungsvertrag immer eine Führerausweiskopie des Kunden anzuhäften. Zudem muss der Garagist seine Leih-/Probefahrzeuge stets mit Unfallprotokollen bestücken.

Das gilt in jedem Fall?

Es gibt auch andere Situationen, wie Probefahrten durch Mitarbeitende der Garage, zum Beispiel nach einem Service oder einer Reparatur. Hier bietet die obligatorische Betriebshaftpflichtversicherung Deckung für einen Haftpflichtschaden. Zu empfehlen ist, auch das Risiko eines Kaskoschadens an den Kundenfahrzeugen mit einer entsprechenden Zusatzversicherung zu versichern. Und auch zu bedenken: Hat das Kundenfahrzeug keine Kontrollschilder, sind für die Probefahrt nach dem Service Händlerschilder zu verwenden.

Wo hört der Versicherungsschutz auf?

Das ist ganz einfach zu beantworten: Es müssen stets die gesetzlichen und vertraglichen Bestimmungen beachtet werden. Dann ist der Versicherungsschutz klar geregelt.

Wie geht die Versicherung während einer einer Probefahrt oder mit einem Mietfahrzeug verursachten Schaden vor?

In der Bearbeitung eines Schadenfalls gibt es da keine Unterschiede zwischen Demo-/Miet- und Privatfahrzeugen. Zuerst erfolgt die Schadenmeldung, dann prüfen wir, inwieweit der Schaden durch die Versicherungspolice gedeckt ist und die versicherte Person haftet. Anschliessend wird der Schaden reguliert. Wir setzen da im Sinne unserer Kunden auf eine schnelle und effiziente Bearbeitung der Schadenfälle.

Nimmt die Versicherung allenfalls Regress auf die Firma respektive den Fahrzeugherausgeber?

Wenn gesetzliche oder vertragliche Gründe vorliegen, kann der Versicherer vom Versicherungsnehmer oder Versicherten die erbrachten Leistungen aus der Haftpflichtversicherung teilweise oder ganz zurückfordern, also regressieren. In der Kaskoversicherung kann die Leistung

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

Die PK MOBIL-Kunden haben länger Weihnachten.

Risikobeiträge 2018
Senkung rund **15%**

BVG Zins 2018
PK MOBIL **1.25%**
Obligatorisch **1%**

PK MOBIL CP
Sicher unterwegs in die Zukunft

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

TUTTOBENE – DIE MOTORFAHRZEUG- VERSICHERUNG DES AGVS IN ZUSAMMENARBEIT MIT DER ALLIANZ SUISSE



ERFOLGSFAKTOREN KUNDENSERVICE UND KUNDENNÄHE.

Nur wer die Kundenanliegen ernst nimmt, dem Kunden bedarfsgerechte Produkte offeriert und darüber hinaus erstklassigen Service anbietet, kann sich im Markt erfolgreich behaupten. Die Kooperation zwischen dem Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS) und der Allianz Suisse wird intensiviert. Dadurch entsteht für Sie als regional gut verankerten Garagisten sowie für Ihre Kundinnen und Kunden echter Mehrwert, denn passende Versicherungsdienstleistungen werden kundennah am richtigen Ort angeboten. Bei Ihnen als tuttoebene-Partner.

WAS IST TUTTOBENE UND WELCHEN MEHRWERT ERHALTEN SIE UND IHRE KUNDEN?

tuttoebene ist nicht einfach eine weitere Autoversicherung, sondern die eigene Versicherung der AGVS-Garagisten. Sie sind für Ihre Kundschaft der vertraute und persönliche Ansprechpartner rund ums Auto und pflegen einen regelmässigen Kontakt. Und im Sinne einer idealen Ergänzung der «üblichen» Arbeiten wie Radwechsel, Service und Inspektionen können Sie Ihren Kunden als tuttoebene-Vermittler auch Offerten für die Autoversicherung unterbreiten. Dank einer derart erweiterten Beziehung bleiben Sie auch – und vor allem – im Schadenfall einziger Ansprechpartner Ihrer Kunden: der tuttoebene-Garagist, zuständig für die Erledigung der tuttoebene-Schadenfälle.

EINIGE VORTEILE IM EINZELNEN.

Ihre tuttoebene-Kunden profitieren bei der Vollkasko von einem reduzierten Selbstbehalt von CHF 500.–, bei der Teilkasko sogar vom gänzlichen Wegfall eines Selbstbehaltes. Vor allem aber können sie sich auf die vertraute Betreuung und die hohe Reparaturqualität in ihrer Garage verlassen.

Sie als tuttoebene-Partner werden für die Kundenvermittlung auf mehrfache Art belohnt. So steuern wir insbesondere die Kundenfahrzeuge bei einem Schadenereignis aktiv in Ihre Garage zurück. Das generiert nicht nur zusätzliche Werkstattaufträge, sondern stellt auch sicher, dass der Kundenkontakt nicht abbricht. Ausserdem erhalten Sie beim Abschluss eine attraktive Provision.

UNSERE GARAGENBETREUER BEANTWORTEN GERNE IHRE FRAGEN:



Alain Stebler

Tel. 058 358 30 79, alain.stebler@allianz.ch
(Kantone VS/VD/GE/FR/NE/JU)

Urs Schmutz

Tel. 058 358 30 86, urs.schmutz@allianz.ch
(Kantone BE/SO/BS/BL/LU/AG)

Mauro Perenzin

Tel. 058 358 30 85, mauro.perenzin@allianz.ch
(Kantone SH/ZH/ZG/SZ/NW/OW/UR/GL)

Valentino Maccariello

Tel. 058 385 30 75, valentino.maccariello@allianz.ch
(Kantone TG/SG/AR/AI/GR/TI)

tuttoo**bene**
powered by AGVS | UPSA

Zögern Sie nicht und
registrieren Sie sich jetzt gleich:
www.agvs-upsa.ch/tuttoebene

Allianz

Ronal

ronal-wheels.com

> ronal-wheels.com in neuem Look

pd. Die Schweizer Ronal Group, einer der weltweit führenden Produzenten von Leichtmetallfelgen für PW und Nutzfahrzeuge, ist ab sofort mit ihrem neuen Aftermarket-Webauftritt unter www.ronal-wheels.com online. Die neue Website ist modern, einfach zu bedienen und funktioniert auch

auf mobilen Endgeräten.

Die Ronal Group ist nicht nur ein wichtiger Lieferant von Felgen für die Erstausrüstung von Automobilherstellern, sondern produziert unter den Handelsmarken Ronal und Speedline Corse auch eigene PW-Felgen für den Zubehörmarkt.

Noch intuitiver

Der Relaunch der Aftermarket-Website des Unternehmens ermöglicht den Nutzerinnen und Nutzern, sich nun noch viel intuitiver zurechtzufinden. Im Showroom können sämtliche Ronal und Speedline Corse Felgen in unterschiedlichen Perspektiven betrachtet und Zusatzinformationen sowie eine Händlersuche aufgerufen werden. Im Zuge der Erneuerung wurde auch der virtuelle 3D-Felgen-Konfigurator überarbeitet, der nun noch schneller und – mit über 450 aktuellen Fahrzeugen aller Hersteller – noch umfangreicher ist und ständig erweitert wird.

Spezieller Händlerbereich

Um den spezifischen Bedürfnissen der Geschäftspartner

Rechnung zu tragen, wurde ein spezieller Händlerbereich integriert. Hier finden sich nicht nur die Zugänge zum Online-Shop und spezifische Händlerneuigkeiten, sondern auch der komplett überarbeitete «Technische Ratgeber» (früher i-Portal) für die optimale Kundenberatung. Das innovative Datenmanagementsystem bietet schnelle Suchmöglichkeiten über Fahrzeugdaten, KBA-Nummer, HSN/TSN (Deutschland) oder Typengenehmigung (Schweiz), Radnummer sowie Downloads von Gutachten, ABE und Produktbildern. Des Weiteren sind Informationen über RDKS-Verbaubarkeit, Reifengrößen, Schneekettenfreigabe und vieles mehr ersichtlich. <

CSS Versicherung

css.ch

> Immunsystem – was bewirkt chronischer Stress?

pd. Unser Körper reagiert auf Stress. Hält die Anspannung länger an, wird unser Immunsystem geschwächt. Doch warum werden wir ausgerechnet dann krank, wenn wir mal frei haben?

In stressigen Situationen schüttet unser Körper Hormone aus. Dank dieses Mechanismus' können wir auf bestimmte Situationen richtig reagieren. Dieser seit Urzeiten sinnvolle Mechanismus tritt heute vielleicht noch ein, wenn der Chef das Büro betritt und wir kurzfristig zu einer Höchstleistung fähig sein müssen. Im Extremfall spüren wir unser Herz schlagen, wir atmen schneller, haben feuchte Hände und einen trockenen Mund. Alles Anzeichen dafür, dass der Körper ordentlich Adrenalin ausgeschüttet hat. Auch Cortisol ist ein solches Stresshormon. Es wirkt jedoch

verzögert und bleibt länger im Körper. Verlässt der Chef das Büro, entspannen wir uns wieder.

Warum brauchen wir Entspannung?

Ist der Stress jedoch chronisch, entspannen wir uns kaum mehr und sind über Tage, Wochen oder gar Monate hinweg angespannt. In der Folge schwächen sich die genannten körperlichen Reaktionen wie beispielsweise die Beschleunigung von Puls und Atmung ab oder fallen gar ganz aus. Stattdessen leiden wir unter diversen anderen Beschwerden wie Depressionen, Tinnitus, Muskelverspannungen oder einem geschwächten Immunsystem. Denn das Stresshormon Cortisol schwächt langfristig das Immunsystem.



«Ihr Stessball tropft.» – «Das ist eine Mandarine.»

Weshalb werden wir in den Ferien krank?

Gleichzeitig führt Cortisol auch dazu, dass unser Körper die Bekämpfung von Infektionen sozusagen hinauszögert. So wird eine Grippe «verschleppt» und erwischt uns typischerweise in den Ferien oder am Wochenende, wenn wir uns endlich entspannen können.

Stress, lass nach:

Bereits mit einfachen Mitteln lassen sich Stresssymptome

mildern. Hier einige Tipps:

- Regelmässige Bewegung
- Gesunde, abwechslungsreiche Ernährung
- Ausserberufliche soziale Kontakte pflegen
- Kleine Dinge des Alltags geniessen
- Ausreichend Schlaf
- Kleine Pausen zwischendurch
- Regelmässiges Praktizieren einer Entspannungstechnik (progressive Muskelrelaxation, Yoga, Meditation, Atemübungen, Fantasiereisen) <

Mewa Service AG

www.mewa.ch

> Das Mehrweg-Putztuch: Starke Leistung im Kompaktformat

pd. Kundenorientierte Inspirationen haben immer wieder Geschichte gemacht, wie das Beispiel des wiederverwendbaren Putztuchs von Mewa zeigt. Angefangen hat die Erfolgsgeschichte 1908 in Ostritz-Altstadt, Sachsen. Das Novum damals: Es wurden nicht nur Putztücher aus saugfähiger Baumwolle für die Industrie hergestellt, sondern auch vermietet, gewaschen und wieder an die Kunden ausgeliefert. Damit traf Mewa genau ins Schwarze und das Putztuchsystem war geboren.

Mehrwegputztücher sind aber auch im Hightech-Zeitalter noch in. Heute bietet Mewa das weiterentwickelte Putztuch in vier Gewebequalitäten an, abgestimmt auf den Einsatzzweck in Industrie, Handwerk

und Werkstätten. So ist Mewatex das robuste Allzweckputztuch für Öl, Farben, Lösungsmittel und Fette. Mewatex Plus ist das sanfte Putztuch für Empfindlicheres, Mewatex Ultra das feine Putztuch für alles Sensible und Protex das ultimative Putztuch für höchste Ansprüche.

Die sauberen Putztücher werden im sicher verschlossenen Mewa-Container «SaCon» angeliefert, die verschmutzten Tücher nach Gebrauch zurück in die eigene Wäscherei gebracht und gewaschen. Am Schluss durchläuft jedes Tuch eine mehrstufige Qualitätskontrolle. Diese erfolgt visuell, durch Metall-detektoren und durch Waagen vor der Verpackung in den Mewa-«SaCon». Erst dann sind die Putztücher zur Auslieferung bereit. Jährlich werden bei Mewa

rund 980 Millionen Putztücher gewaschen und wieder an die Kunden ausgeliefert. Europa-weit nutzen damit 2,6 Millionen Anwender täglich Mewa-Tücher. Berücksichtigt werden dabei ökologische Kriterien nach Umweltmanagement ISO 14001.

Die daraus resultierenden Auswirkungen auf die Produktions- und Qualitäts-

prozesse bedeuten einen Systemgewinn, der sowohl dem Unternehmen als auch der Umwelt nützt. Praktische Zusatznutzen des Mewa-Putztuchsystems sind ein minimierter Zeitaufwand für Beschaffung, Lagerhaltung und Logistik, vor allem aber echte Kostentransparenz und keine Kapitalbindung. <



Das Mewatex-Putztuch ist strapazierfähig, extrem scheuerfest, beseitigt Verschmutzungen wie Öl, oder Fett und nimmt Späne auf.

Akzo Nobel Coatings GmbH

www.akzonobel.com/de

> Mit Carbeat von AkzoNobel den Herzschlag des Geschäfts steuern

Mit einer Internetverbindung lässt sich von überall im Betrieb auf Carbeat zugreifen. Bei externem Zugriff ist Carbeat passwortgeschützt.

pd. Effiziente Abläufe sind das Herzstück eines rentablen Unfallreparaturfachbetriebs. Carbeat ist die neue digitale Lösung von AkzoNobel, um Prozesse für jeden in der Werkstatt sichtbar und durch klare Kommunikation steuerbar und effizienter zu machen.

Das digitale, cloud-basierte

System stellt den Reparaturstatus von Fahrzeugen in der Werkstatt auf einem grossen Touchscreen-Monitor dar. Die Anwendungen auf dem Monitor können, wie bei einem Smartphone oder Tablet, mit den Fingern bewegt und gesteuert werden. Dadurch wird das System schnell und intuitiv

und bietet einen umfassenden Überblick über laufende Aufträge. Da das System den Reparaturstatus des Fahrzeugs von A bis Z erfasst und visuell darstellt, lässt sich Verbesserungspotenzial schneller und einfacher ausfindig machen. So kann die Qualität der Arbeit gesteigert und die Zeit- und Prozessvorgaben besser erfasst und effizienter geplant werden. Das System befähigt die Mitarbeiter in allen Bereichen des Betriebes, das Alltagsgeschäft noch eigeninitiativer und dadurch engagierter zu erledigen, was wiederum zu effizienteren Prozessen und kürzeren Durchlaufzeiten führt.

Carbeat verbindet alle notwendigen Daten und schafft so einen nachvollziehbaren und einfachen Arbeitsprozess; bestehend aus Informationen zu

Fahrzeugen, einzelnen Aktivitäten, benötigten Teilen und Materialien. Mit einer Internetverbindung lässt sich auch ausserhalb der Werkstatt mit einem geschützten Zugang darauf zugreifen – sowie aus dem Büro, dem Kundenempfang oder der Lackierabteilung. Ein Echtzeitüberblick über Reparaturen ist überall möglich.

Die Kunden gewinnen einen Überblick und besitzen, durch die direkte Steuerbarkeit, eine entscheidend verbesserte Kontrolle über alle Prozesse. Der Aufbau und Einsatz von Carbeat erfordert keine aufwendige Installation oder Expertenwissen. Das System ist einfach in der Handhabung und individuell anpassbar und wird dadurch zu einem effizienten Hilfsmittel zur Koordination von Betriebsabläufen. <

NGK Spark Plug Europe

www.ngk.de

> Fünf neue Zündspulen im Sortiment

pd. NGK Spark Plug Europe hat fünf neue Zündspulen für aktuelle Fahrzeugmodelle von Peugeot-Citroën, General Motors, Range Rover und Ford in das Aftermarket-Sortiment aufgenommen.

Unter anderem bieten die neuen Typen einen idealen Ersatz für die Originalteile im Peugeot 5008, Citroën C4 Cactus sowie in den Opel-Modellen Adam und Astra, dem Range Rover Evoque und dem Ford Focus RS. Mit der Sortimentserweiterung steigert NGK Spark Plug Europe die

Abdeckung von Fahrzeugen insbesondere von PSA und GM erheblich. Bei der Auswahl der fünf neuen Typen konzentrierte sich der Zündungs- und Sensorenspezialist auf die jüngeren Volumenmodelle führender Fahrzeugmarken. Alle für Handel und Werkstätten neu verfügbaren Zündspulen sind ausnahmslos Kerzenschacht-zündspulen.

Vier von ihnen passen in Fahrzeugmodelle, die in den letzten vier Jahren auf den Markt gebracht wurden. Die fünf neuen Zündspulen sowie

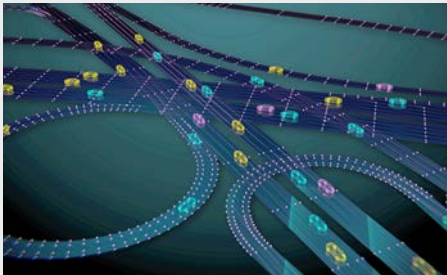
ihre Fahrzeuganwendungen sind im TecDoc-Online-Katalog zu finden. Ausserdem sind sie auf der TecDoc-DVD verzeichnet, die am 1. Januar 2018 erschienen ist. <



NGK Spark Plug Europe präsentiert fünf neue Zündspulen und steigert die Abdeckung von PSA- und GM-Fahrzeugen.

VORSCHAU AUTOINSIDE AUSGABE 2 – FEBRUAR 2018

Die nächste Ausgabe erscheint am 2. Februar 2018 mit folgenden Schwerpunktthemen:

**Chancen und Gefahren für Garagisten**

Wohin geht die Reise für den Berufsstand des Garagisten? Wie sind die Herausforderungen der Zukunft der Automobilbranche zu stemmen? Wie ergeht es den Mitbewerbern? Wir blicken auf den «Tag der Schweizer Garagisten» 2018 und die wichtigsten Erkenntnisse zurück.

**Zusatzgeschäft Blechschaden**

Eis und Schnee sorgen nicht selten für kleinere und grössere Blechschäden. In der Februar-Ausgabe von AUTOINSIDE erklären wir, warum gerade kleinere Schäden ein lukratives Zusatzgeschäft und Kundenbindungsinstrument sein können.

**After-sales – Tipps für die Zukunft**

Die Studie «Digitalisierung im After-sales» liefert nicht nur einen Überblick über die Entwicklungen im sich rasant wandelnden Umfeld der Folgegeschäfte, sondern enthält auch Tipps und Hilfsmittel für den Garagenalltag. Das Wichtigste auf einen Blick in der Februarausgabe.

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

91. Jahrgang, 11 Ausgaben in deutscher und französischer Sprache
WEMF-beglaubigte Auflage per September 2017: 12289 Exemplare davon 9172 in Deutsch, 3117 in Französisch

Herausgeber

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

Verlag

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

Administration und Aboverwaltung

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

Jetzt abonnieren unter
www.agvs-upsa.ch/abo

Redaktion

AGVS-Medien
Flurstrasse 50, CH-8048 Zürich
Telefon: +41 (0)43 499 19 81
newsdesk@agvs-upsa.ch

Redaktionsteam: Tatjana Kistler (tki, leitende Redaktorin Mobilität)
Sandro Compagno (sco, Leiter Content Management), Reinhard Kronenberg (kro, Leiter Publizistik), Sascha Rhyner (srh, Redaktor Mobilität), Jean-Pierre Pasche (jpp, Korrespondent Westschweiz), Bruno Sinzig (si, Spezialgebiet Bildung), Raoul Studer (rst, Spezialgebiet Politik).

Weitere Beiträge von: Karl Baumann, Andreas Kohli, Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf, Sarah Umbricht.

Gestaltung: Robert Knopf, Christoph Pfister

Vermarktung

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

**Gesamtverantwortung
Redaktion und Vermarktung**

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

Druck/Versand

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

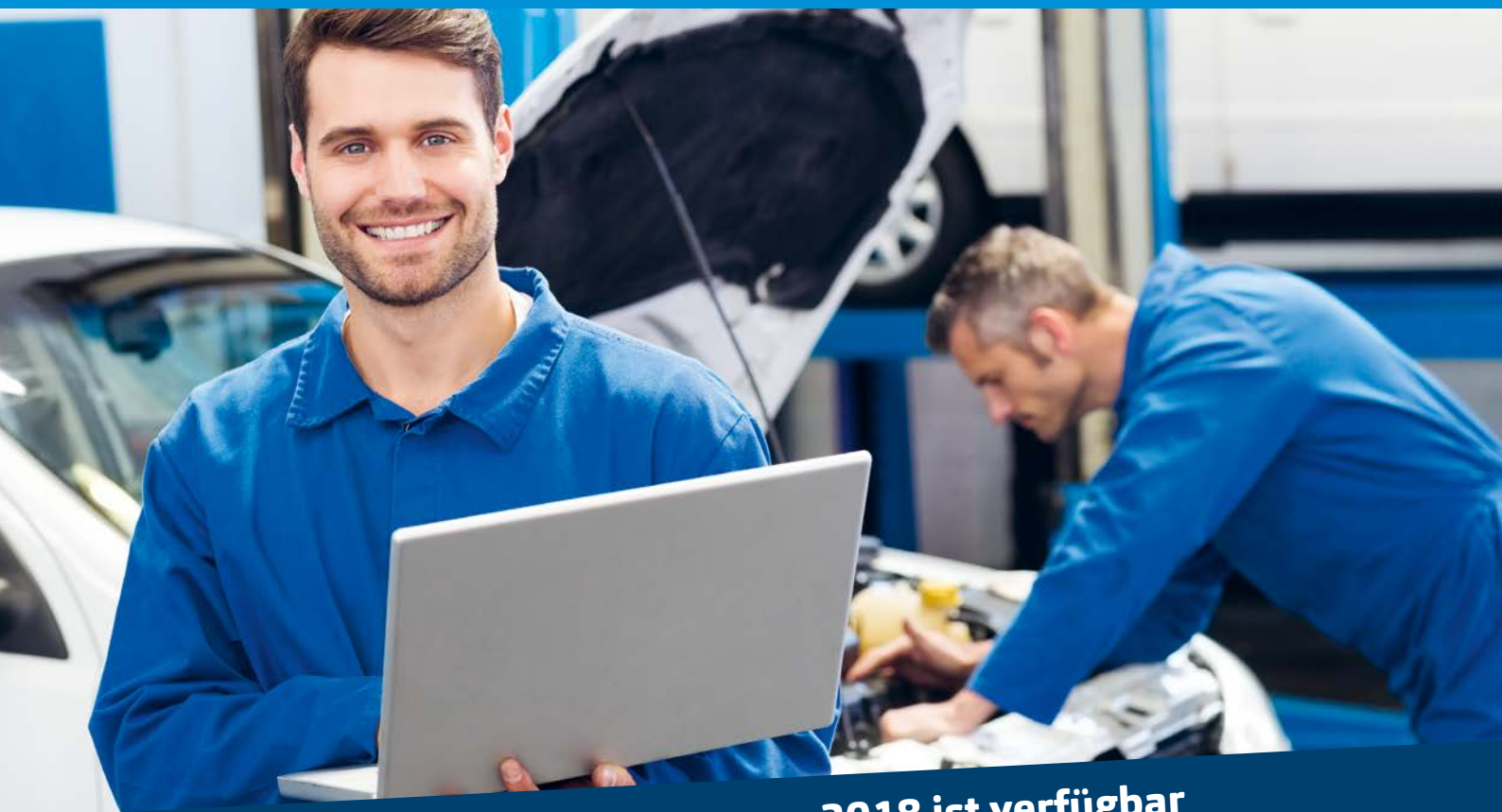
Nachdruck oder Vervielfältigung von Artikeln auch auszugsweise nur mit Zustimmung der AGVS-Medien. Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte und Bilder übernehmen wir keine Haftung. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschliesslich deren Betreiber verantwortlich.



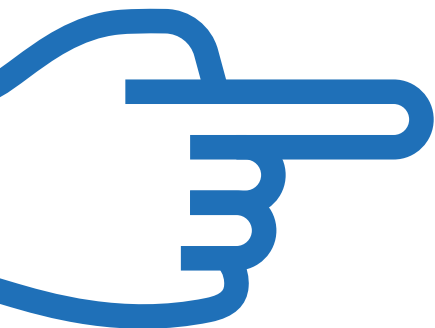
gedruckt in der
schweiz

AGVS | UPSA

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



Das Schulungsprogramm 2018 ist verfügbar



Jetzt Training buchen!

- Alle Schulungen sind unter www.autotechnik.ch/training ersichtlich
- Für Autofit Partner sind die Trainings kostenlos, Autoprofi Partner können diese mit dem know-how-Bonus verrechnen lassen
- Kurse bereits ab Januar 2018

Online-Anmeldung
www.autotechnik.ch/training

Vorteile:

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

Hostettler Autotechnik AG

Telefon 041 926 62 35

Téléphone 021 644 21 64

E-Mail info@autotechnik.ch

hostettler *autotechnik ag*