

T»»MA^T

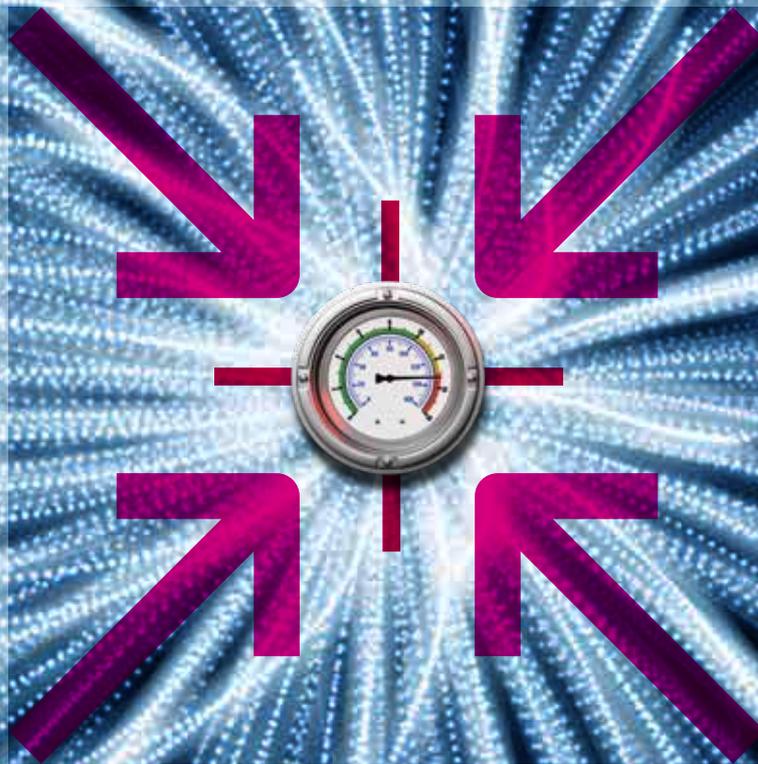
DAS TECHNO MAGAZIN

2022

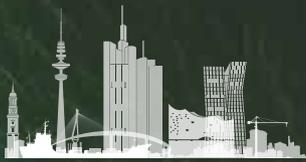
HOCHEFFIZIENT IM SCHADENSFALL
KOOPERATION: AUTOCLAIM, ESD UND VRP

HERZLICH WILLKOMMEN!
TECHNO NEU-GESELLSCHAFTER BÖTTCHER

NACHHALTIGE EINSARPOTENZIALE
WEISSENBERG AUTOMATISIERT PROZESSE



UNDER PRESSURE.
TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION



TECHNO

GIPFEL

2022

T»EXPO^T

**20
22**

GEMEINSAM DEN

AUTOWANDEL

GESTALTEN

SAVE THE DATE

HAMBURG | 27.09.2022

Im Anschluss an den **TECHNO GIPFEL 2022** können Sie sich direkt auf der **T»EXPO 2022** über Entwicklungen und Neuigkeiten informieren. Auch 2022 präsentieren sich Ihnen auf dieser Branchenmesse zahlreiche Aussteller und Dienstleister.

NEUE IMPULSE. NEUE POTENZIALE. NEUE ALLIANZEN.

Mit freundlicher Unterstützung von

Mobil 1



DRS

K&K

kabemadigital

**LIQUI
MOLY**



AUF EIN WORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

von anspruchsvollen Zeiten für unsere Branche zu sprechen, scheint aktuell fast ein wenig untertrieben. Die Fragen, wie sich schaffen lässt, was geplant und vorgenommen wurde oder was jetzt ohne eigenes Zutun als neue Voraussetzung gilt, werden drängender.

Bei der Suche nach guten Antworten hilft unter anderem der Blick auf andere Branchen. Welche Ansätze wurden hier verfolgt? Was hat funktioniert? Gibt es Gemeinsamkeiten in den Lösungsansätzen? Hier zeigt sich: Angesichts veränderter Rahmenbedingungen finden immer wieder Konzentrationsprozesse statt, um den Druck umzuleiten.

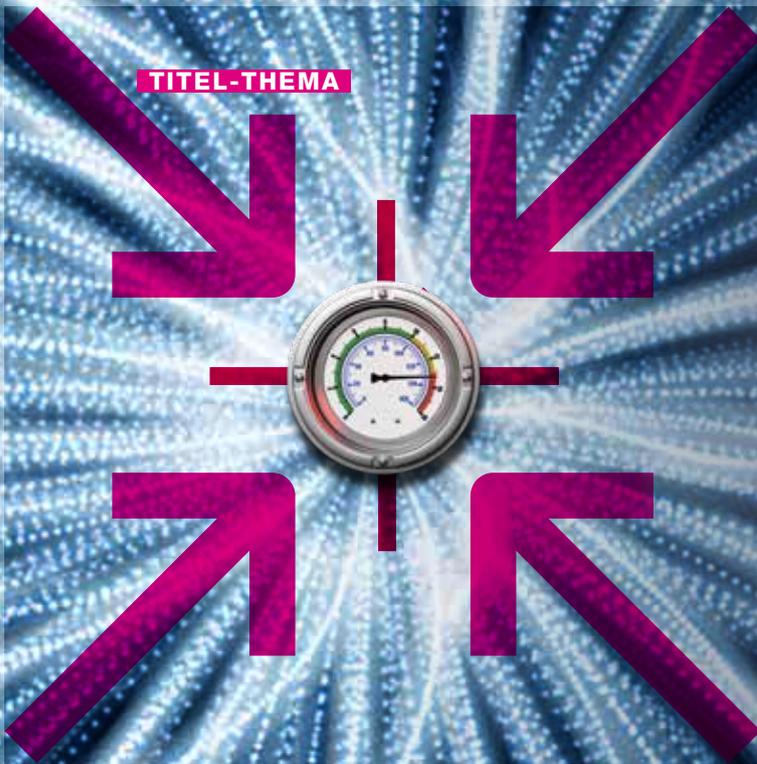
Verbünde, Fusionen, Kooperationen: Welche Stärken das Zusammenschließen, Bündeln und Fokussieren hat, zeigt sich immer wieder in Ihrer eigenen Kooperation. Mit **TECHNO** wurde durch Gesellschafter ein wichtiges Instrument, eine zentrale Plattform, eine zentrale Anlaufstelle gefunden, in der sich, insbesondere in den letzten Jahren, die Expertisen zahlreicher Gesellschafter, Autohändler und Lieferanten-Partner verbinden – zu einem schlagkräftigen, flexiblen, agilen und zukunftssicheren Verbund.

Welche Themen gerade Schwerpunkt in Ihrer Autohaus-Kooperation sind, können Sie in dieser Ausgabe des **TECHNO MAGAZINS** nachlesen – und zudem relevante Produktvorstellungen, Services und neue Konzepte entdecken und sich über weitere spannende Themen informieren.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre.

Georg Wallus

Dietmar Scheck



UNDER PRESSURE

VOM KAMPF UM MARKTPositionEN, FORTBESTAND UND VORMACHTSTELLUNGEN

» 22

GESELLSCHAFTER

HERZLICH WILLKOMMEN

Neu-Gesellschafter Böttche verstärkt die Kooperation

» 06

LEISTUNGEN & PRODUKTE

DER MARKT IST DER MOTOR DER INNOVATION

Interview mit Frans Horjus, Vertriebsleiter für Schmierstoffe für Europa, Afrika und den Nahen Osten bei EXXONMOBIL, über die Zukunft des Öls

» 08

»KEIN SCHADEN IST GRÖßER ALS VERGEUDETE ZEIT.«

Kooperation von autoclaim, ESD und Verkehrsrechtsexperten ermöglicht hocheffiziente Schadensfallregulierung

» 09

KOSTEN SENKEN UND UMWELT SCHONEN

mit dem Abwassermanagement von MAKRA

» 10

THG-QUOTE: NEUE AKTEURE AUF DEM MARKT

Private und gewerbliche Nutzer von E-Fahrzeugen oder E-Zweirädern können seit Januar 2022 mithandeln

» 12

IHRE MARKE. IHR WEBSHOP. IHRE DOMAIN

White-Label-Online-Shop-System von AUTOTEILE PLUS SERVICE

» 15

ZUKUNFTSSICHER AUFGESTELLT, NACHHALTIG KOSTEN GESPART

Autohäuser profitieren: professionelle Planung von Elektrifizierung mit THE MOBILITY HOUSE

» 16

VERKOKT UND FESTGEROSTET

Fachgerechtes Herausziehen von Injektoren mit GEDORE

» 17

NIEDRIGERE KOSTEN, HÖHERE PRODUKTIVITÄT, SCHNELLE AMORTISIERUNG

WEISSENBERG GROUP und TECHNO Gesellschafter: Marktplatz arpa-now.de für nachhaltig effiziente Automatisierungsprojekte

» 18

AUTOMATISIERTE NEUWAGENANLAGE BEI MOTOR-NÜTZEL

» 19

BERESA WILL WEBPARTS UND NEUWAGEN-DISPOSITION AUTOMATISIEREN

» 19

UND ES HAT »KLICK« GEMACHT

Neue Clip-Kontaktplatte von STOP&GO für effektive Marderabwehr

» 20

DENSO ERSATZTEILE: NEU BEI TECHNO

OE-Qualität von einem der weltweit führenden Erstausrüster

» 21

PRAXIS

IMPULS

Gehen uns die Autos aus? Ergebnisse einer aktuellen puls Studie zur Optimierung der Inzahlungnahme und des Fahrzeugankaufs

» 32

EIN GROSSARTIGER MESSETAG

Die Traditionsmesse überzeugt: T»EXPO SPEZIAL in Bad Windsheim

» 34

TERMINE

TERMINE 2022

Diese Tage sollten Sie im Kalender markieren

» 35

GEBÜNDELTE FAKTEN

Von Genussmitteln über Automarken bis hin zum Aufbau unserer Muskeln:
Zusammenschlüsse sind überall

» 24

WAS DEM EINZELNEN NICHT MÖGLICH IST, DAS SCHAFFEN VIELE

Die Geschichte der Verbände, ihre Formen und was sie erfolgreich macht

» 26

VEREINT IM AUTOMOBILEN SPANNUNGSFELD

Schenkt ihr mir hier bitte ein oder zwei Unterzeile/n?

» 28

UNSERE GEMEINSAME HERAUSFORDERUNG IST DIE KONZENTRATION VON VOLUMEN

Ein Aufruf von TECHNO Geschäftsführer Georg Wallus

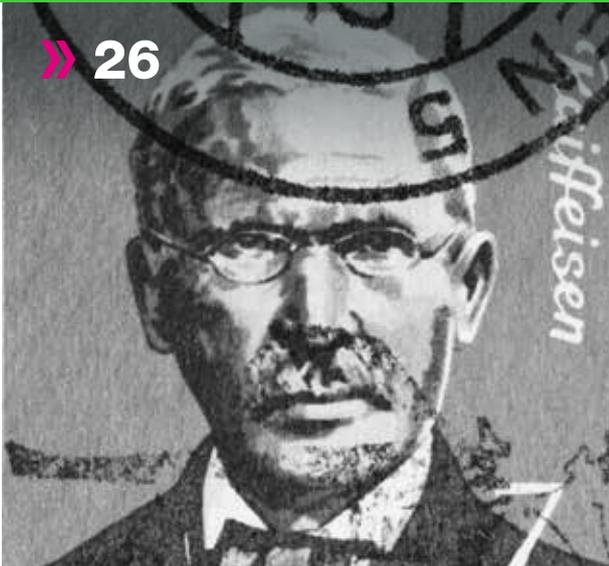
» 30

TECHNO GIPFEL 2022**DIE SPEAKER, DIE THEMEN, DIE VORTRÄGE**

Auf der Gesellschafterversammlung im Herbst dieses Jahres werden drei hochkarätige Speaker
für spannenden Input und interessante Insights sorgen

» 31

» 26



» 12



» 15



» 34



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



GESELLSCHAFTER



HERZLICH WILLKOMMEN

NEU-GESELLSCHAFTER BÖTTCHE VERSTÄRKT DIE KOOPERATION

Schon in der Schulzeit verkaufte Mario Böttche »Matchbox«-Autos auf dem Pausenhof. Es war also nur eine Frage der Zeit, bis er den Hof seiner Großeltern dafür nutzen würde. 1996 war es so weit und er begann mit einer kleinen Werkstatt.

Von Anfang an setzt der heutige Inhaber und geschäftsführende Gesellschafter auf Qualität – bei Fahrzeugen und Serviceleistungen. Durch Mund-zu-Mund-Propaganda in der Heimatstadt Niemegk und wachsende Kundschaft beflügelt, eröffnet Mario Böttche seinen ersten Gebrauchtwagenplatz

mit angeschlossener Werkstatt. 1998 folgt eine Filiale in Brück. Das Unternehmen wird erfolgreicher, auch durch die wachsende Mitarbeiterzahl. 2003 kommt ein entscheidender Wendepunkt: die Übernahme des aus einer Insolvenz stammenden Autohauses Ahlert in Bad Belzig. Ab da geht es

NOCH AUF **CONTENT** SUCHE?

Wir liefern Ihnen nicht nur die passende Lösung für Ihr **Marderproblem**, sondern auch den passenden Inhalt für **jeden Kanal**.



KUK-MARDERABWEHR.de



Lust auf bewegtes Bildmaterial für Social Media, Websites & Co.?

Contact us: marketing@kuk-handelsgesellschaft.de



Schlag auf Schlag: Zwischen 2006 und 2009 werden Autohäuser in Potsdam und Brandenburg an der Havel erworben, der Standort Bad Belzig wird zur Firmenzentrale, 2007 wird der Opel-Händlervertrag unterschrieben. Wichtige Aus- und Umbauten folgen – und die Integration einer weiteren Marke: Volkswagen. Als 2007 in Potsdam ein Opel-Autohaus insolvent geht, übernimmt Mario Böttche die gesamte Belegschaft, um die Marke vor Ort weiter zu vertreten. Die Adam Opel AG wird auf ihn aufmerksam und zieht ihn für Strategiegespräche hinzu, als die Herlmetz Gruppe mit über 13 Standorten ebenfalls Insolvenz anmeldet. Erneut übernimmt Böttche, und zwar Autohäuser in Gräfenhainichen, Dessau und Zerbst.

Ab 2014 ist die **Autohaus Böttche Gruppe** ADAC-Mobilitätspartner. Als Händlerkollege Autohaus Röttig das Geschäft aufgibt, ist Böttche zur Stelle – und schließt die Lücke zwischen Zerbst und Oschersleben, um Kunden immer einen Böttche Ansprechpartner in der Nähe zu bieten. 2019 wird erneut vieles »neu«: Die Marke überarbeitet ihr Design, bekommt den Claim »Mein Auto. Mein Böttche.« und eröffnet in Teltow bei Berlin das erste PSA-Autohaus, das die Marken Opel, Peugeot und Citroën unter einem Dach vereint. Im Corona-Jahr 2020 kommen in Sachsen-Anhalt die Standorte Wittenberg und Coswig hinzu und in Mecklenburg-Vorpommern Neubrandenburg, Friedland, Altentreptow und Greifswald.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: BÖTTCHE GRUPPE

Standorte	» 6× im Land Brandenburg, 8× in Sachsen-Anhalt, 4× in Mecklenburg-Vorpommern
Marken	» Stellantis-Marken mit Opel, Peugeot, Citroën und VW, VW-Nutzfahrzeuge, Škoda, Distrigo-Teile-Vertriebszentrum
Mitarbeiterzahl	» ca. 400

Mario Böttche blickt auf eine erfolgreiche Unternehmergeschichte zurück. Für die Zukunft wünscht er sich: **»Dass die Kommunikation zwischen Politik, Herstellern, Händlern und Kunden wieder im Einklang erfolgen kann und die Sicherung der Händlerstandorte in ruhigere Fahrwasser gerät.«**



» [autohaus-boettche.de](https://www.autohaus-boettche.de)

VIAVENTION

personalkonferenz für autohäuser

26.-28.09.2022
in einzigartiger Kulisse in Chemnitz

Alle Infos und Tickets auf
www.viavention.de



veranstaltet von **VIASONA**



Personalservice Initiative
by Mercedes-Benz

DER MARKT IST DER MOTOR DER INNOVATION

INTERVIEW MIT **FRANS HORJUS**, VERTRIEBSLEITER FÜR SCHMIERSTOFFE FÜR EUROPA, AFRIKA UND DEN NAHEN OSTEN BEI EXXONMOBIL, ÜBER DIE ZUKUNFT DES ÖLS



Frans Horjus

Herr Horjus, Mobil ist eine führende Marke für Schmierstoffe. Auf welchen Säulen basiert Ihre Strategie?

Frans Horjus: »Unsere Strategie beruht auf der Stärke und Beständigkeit der Marke **Mobil 1™**. Als Pioniere auf dem Gebiet der synthetischen Schmierstoffe haben wir vor über

40 Jahren das erste kommerzielle synthetische Motoröl, **Mobil 1™**, entwickelt. Inzwischen haben wir uns durch unübertroffenes Fachwissen, enge Zusammenarbeit mit Erstausrüstern und unser erstklassiges Vertriebsnetz einen Ruf als weltweit führender Anbieter von Schmierstofflösungen aufgebaut.«

Wie sehen Sie die zukünftigen Entwicklungen bei Schmierstoffen für die Automobilindustrie?

Frans Horjus: »Verbraucher und Automobilhersteller konzentrieren sich zunehmend auf die Effizienz ihrer Fahrzeuge – durch Verlängerung der Motorlebensdauer, Verringerung der Emissionen oder der Anzahl der Ölwechsel. Auch die Technologie der E-Autos wird einen erheblichen Einfluss auf die Entwicklung von Flüssigkeiten und die Wartung von Fahrzeugen haben. Um das wachsende Segment zu bedienen, haben wir unser Mobil-EV™-Sortiment für fortschrittlichere, längere und sicherere Leistung entwickelt. **Wir gehen davon aus, dass sich der Trend zu Schmierstoffen mit niedrigerer Viskosität über E-Autos hinaus fortsetzen wird, da OEMs versuchen, in verbrauchsoptimierten Motoren eine höhere CO₂-Effizienz zu erreichen.**«

Viele Ihrer Kunden machen sich Gedanken über die zunehmende Komplexität der Schmierstoffe, die von OEMs vorangetrieben wird. Welche Lösungen schlagen Sie vor? Spielen die Händler eine Rolle?

Frans Horjus: »Die Zeiten, in denen ein Öl für alle Motoren geeignet war, sind vorbei. Der Fuhrpark ist immer fragmentierter geworden. Diese Entwicklungen haben unterschiedliche Standards für neue Öle durch europäische OEMs zur Folge. Wir brauchen also ein umfangreiches und skalierbares Produkt-

angebot. Das ist komplex und kostspielig. Glücklicherweise macht unser Fachwissen für Formulierung den Unterschied. **Die modernen synthetischen Motorenöle von Mobil 1™ sind z. B. mit einer Leistungsreserve ausgestattet, die eine breite Palette der neuesten OEM-Spezifikationen abdeckt.** So können wir in enger Zusammenarbeit mit Kunden den Bestand reduzieren und die Wartung vereinfachen.«

Welchen Ansatz verfolgen Sie bei der Forschung und Entwicklung im Bereich Schmierstoffe?

Frans Horjus: »Wir passen Technologie und Lösungen permanent an die sich ändernden Bedürfnisse der Kunden und Verbraucher an – im globalen EMRE-Forschungs- und -Entwicklungszentrum in den USA und in zwei regionalen Kompetenzzentren. Unser Produkttechnologiezentrum in Hamburg arbeitet eng mit europäischen Erstausrüstern an Lösungen, mit denen sich Effizienzsteigerungen erzielen lassen. Diese Arbeit hat z. B. zur Entwicklung des **Öls Mobil 1™ ESP x2 0W-20 geführt – eine Formulierung mit niedriger Viskosität, die nachweislich die Kraftstoffeffizienz um bis zu 4 % verbessert, ohne die Leistung zu beeinträchtigen.** Außerhalb des Labors bieten unsere Partnerschaften im Motorsport das ultimative Testumfeld – als technischer Partner in der Formel 1 von Red Bull Racing Honda und in der Langstrecken-Weltmeisterschaft und seit kurzem in der Formel E mit Porsche.«

Wie werden Sie auf die sich verändernden Erwartungen der Automobilkunden (Umwelt, Sicherheit, Wirtschaftlichkeit) reagieren?

Frans Horjus: »Wir führen in allen Bereichen unseres Unternehmens Veränderungen durch, um der Herausforderung gerecht zu werden. **Unser globales Netzwerk von Schmierstoffmischungs- und Abfüllanlagen war beispielsweise das erste, das die Silber-Validierung für das Programm ›Null Deponieabfall‹ erhielt.** Wir wissen, dass Sicherheit insbesondere für Besitzer von E-Autos ein wichtiges Thema ist, weshalb dieser Aspekt bei der Entwicklung unseres Mobil-Angebots für E-Autos eine wichtige Rolle gespielt hat.«

» mobil.com.de

Mobil 1™

»KEIN SCHADEN IST GRÖßER ALS VERGEUDETE ZEIT.«

MICHELANGELO

KOOPERATION VON AUTOCLAIM, ESD UND VERKEHRSRECHTSEXPERTEN ERMÖGLICHT HOCHEFFIZIENTE SCHADENSFALLREGULIERUNG

Ein Fahrzeugschaden – egal, ob selbst- oder fremdverschuldet – ist für Eigentümer immer eine ärgerliche und vor allem zeitaufwendige Sache.

Was für den Eigentümer gilt, gilt auch für das Autohaus: Im Arbeitsalltag sind Service, Werkstatt und Verkauf gut ausgelastet. Wird ein Kunde mit Unfallschaden ohne Termin vom Abschleppdienst auf den Hof gefahren, müssen Termine für Schadensaufnahme, Gutachtenerstellung, Versicherungskontakt und Reparatur in den meist vollen Kalender integriert werden.

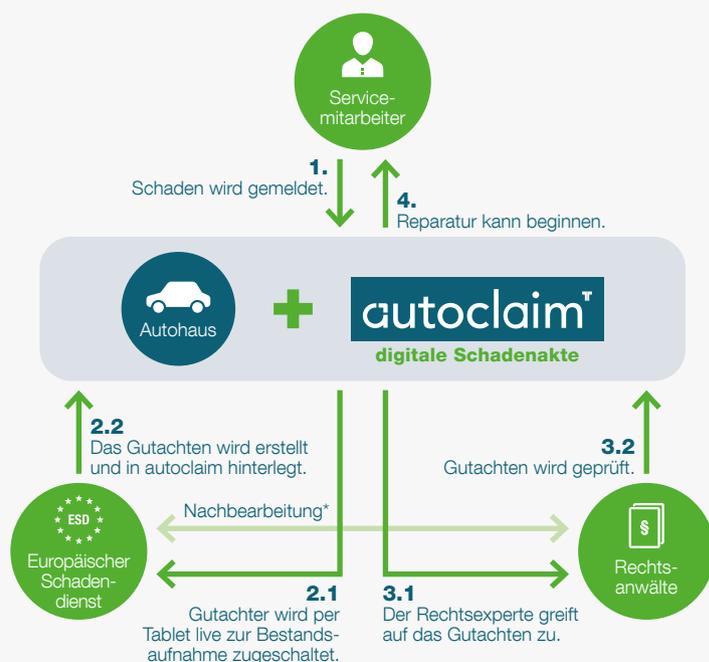
Gibt es einen geräuschlosen, barrierefreien und zugleich effizienten Schadensprozess, bei dem Autohäuser nicht Versicherungs- und Verkehrsrechtsexperten werden müssen? »Ja, gibt es«, bestätigt die Wahl Group. Seit knapp 2 Jahren sind Schadenfälle bei dem TECHNO Gesellschafter keine Störfaktoren mehr. Dank des digitalen Schadensaufnahme- und Bearbeitungsprozesses übers Tablet – entstanden aus der Kooperation von **autoclaim** (das **digitale Schadenmanagementsystem von TECHNO**), **Europäischem Schadendienst (ESD)** und **Verkehrsrechtsexperten Matthias Preuss (PS Rechtsanwälte)** – lassen sich Schadenfälle zeit- und kostensparend sowie strukturiert abwickeln. Die beteiligten Parteien kümmern sich um ihr Fokusgebiet und garantieren so durch die Teamarbeit und den klaren Ablauf beste Qualität (siehe Grafik). **Individuelle Gutachten nach Gesellschafteranforderungen, ein eingespieltes Experten-Team und klare Strukturen machen einen effizienten Schadenprozess im Autohaus aus und helfen Kosten und Zeit zu sparen, während der Kunde bestens betreut wird.**

»Unsere Expertise liegt in der Reparatur der Fahrzeuge, nicht im Analysieren von Paragraphen. Dank autoclaim, ESD und dem Verkehrsrechtsexperten Matthias Preuss sparen wir kostbare Zeit, die wir unseren Kunden widmen können.«
Sven Rüdell, Leiter After Sales, Wahl Group

»Über 40.000 Gutachten, keines fachlich durch Versicherungen bemängelt, sprechen für die Qualität. Real Time Experts (RTE) ist in der Versicherungswelt angekommen. Die Wahl Group nutzt also ein in der DACH-Region einmaliges Qualitätskonzept und fährt damit auf der Erfolgsspur.«

Rainer Roeske, CSO, ESD und Hüsches Gruppe

VOM EINGANG DES SCHADENS BIS ZUM GUTACHTEN VERGEHEN IN DER REGEL **NUR 2 STUNDEN.**



*Die Nachbearbeitungen des Gutachtens können fast immer direkt zwischen dem ESD und dem Verkehrsrechtsexperten bearbeitet werden, ohne den Servicemitarbeiter involvieren zu müssen.

LASSEN SIE SICH KOSTENLOS UND UNVERBINDLICH BERATEN.

Rainer Roeske

T: 02154.953 413 51

M: 0172.378 051 5

E: rainer.roeske@huesges-gutachter.de

Jens Reiher

M: 0175.461 885 6

E: reiher@autoclaim.de

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

» [autoclaim.de](https://www.autoclaim.de)



autoclaim⁺

KOSTEN SENKEN UND UMWELT SCHONEN

MIT DEM ABWASSERMANAGEMENT VON MAKRA

MAKRA unterstützt Betreiber von Abscheideranlagen mit einem cleveren Dienstleistungskonzept und eigenen Wartungstechnikern – und senkt die Betriebskosten.

In Kfz-Betrieben fällt bei der Reinigung und Instandsetzung von Fahrzeugen mineralölhaltiges Abwasser an. Unternehmen sind gesetzlich dazu verpflichtet, bei Abwasser mittels einer Abwasserbehandlungsanlage auf einen festgelegten Qualitätsstandard zu setzen, bevor es in das Abwassernetz geleitet werden darf.

Nach dem Wasserhaushaltsgesetz (WHG) müssen die Schadstoffe im Abwasser durch eine Leichtflüssigkeitsabscheideranlage bereits so weit herausgefiltert sein, dass das Abwasser dem Standard für die weitere Wasseraufbereitung in einer Kläranlage entspricht. Eine solche Leichtflüssigkeitsabscheideranlage unterliegt zahlreichen Überwachungspflichten und Anforderungen. Die Verletzung von Auflagen oder der Fall eines Umweltschadens kann einen Betrieb vor große finanzielle Belastungen stellen.

Um gesetzliche Vorschriften zu erfüllen und von Kosteneinsparungen profitieren zu können, müssen Unternehmen regelmäßige Wartungsintervalle nachweisen. Eigens dazu ausgebildete **MAKRA** Mitarbeiter übernehmen diese Inspektionen.

Mit dem Abwassermanagement von MAKRA sind Sie in der Lage, die Entleerungsintervalle Ihrer Abscheideranlage zu verlängern und die Betriebskosten zu reduzieren.

DAS ABGERUNDETE MAKRA REINIGERKONZEPT FÜR MAXIMALE REINIGUNGSKRAFT

- » Optimal auf moderne Abscheidersysteme abgestimmt
- » Schnelltrennend und abscheidefreundlich
- » Hochkonzentriert, sparsam im Verbrauch
- » Optimale Dosierung mit der **MAKRA ECO-STATION** Reiniger-Dosierstation



WIR BIETEN IHNEN DIE LÖSUNG UND HELFEN GERNE WEITER:

Marco Hoyler

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

Ralf Müller

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

» makra.de



MAXIMALE KRAFT.



MAXIMALE KRAFT.



MIT MAKRA AUF DER SICHEREN SEITE

WIR KÜMMERN UNS UM IHREN ABSCHIEDER

Das MAKRA Dienstleistungspaket zur Abscheidertechnik

- » Halbjährliche Wartung nach DIN 1999/EN 858-2
- » Monatliche Eigenkontrolle nach DIN 1999-100 Punkt 14.3.
- » Generalinspektion nach DIN 1999-100/EN 858-2
- » Abwasseranalyse nach DIN EN ISO 9377-2



makra.de

THG-QUOTE

62.78

98.71

NEUE AKTEURE AUF DEM MARKT

Mit der Überarbeitung der geltenden Treibhausgas-minderungsquote, kurz THG-Quote, begann im Januar 2022 ein ganz neuer Markt zu florieren: der Markt der privaten Anbieter, die den Handel mit der THG-Quote für den Verbraucher übernehmen – inklusive Beantragung des Zertifikats. So kann sich der Verbraucher nach einmaligen Anmeldung zurücklehnen und entspannt auf die Überweisung der Prämie warten.

Angetrieben von dem Pariser Klimaabkommen und den Zielen zur Reduzierung von Emissionen wurde die THG-Quote bereits 2004 als Entwurf festgehalten. 2015 bekam sie dann die Form, in der wir sie heute kennen. Durch das Einbeziehen privater und gewerblicher Nutzer, die die Quote nun ebenfalls für sich nutzen können, hat das Stichwort und Produkt »THG-Quote« einen neuen Marktwert erhalten – und neues Interesse geweckt.

Der Handel rund um die Quote ist dabei recht simpel: Alle Unternehmen, die fossile Energieträger in den Verkehr bringen – vorrangig Mineralölunternehmen –, müssen eine Quote für Treibhausgasemissionen einhalten, die jedes Jahr neu berechnet wird. Aktuell liegt diese bei 7 %, 2030 wird sie bei 25 % liegen. Kann ein Unternehmen die Reduktionsziele nicht erreichen, muss es Strafe bezahlen – oder entsprechende THG-Quoten-Zertifikate erwerben. Diese Zertifikate werden von Energieversorgern, die einen grünen Strommix anbieten, zur Verfügung gestellt – und seit dem 1. Januar 2022 auch von Verbrauchern, die privat oder gewerblich ein E-Fahrzeug oder ein E-Zweirad fahren. Der Handel mit eigenen Zertifikaten auf dem THG-Quoten-Markt ist lukrativ: Zwischen 250 und 350 Euro können so pro Jahr für das Fahren und Laden eines E-Fahrzeugs oder E-Zweirads bezogen werden – abhängig von Anbieter, Vertragslaufzeit und Prämienmodell.

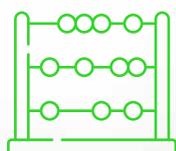
So vielfältig die Angebote, so einfach die Nutzung

Verbraucher müssen das Kleingedruckte beachten, um das Angebot zu finden, das den für sie attraktivsten Preis bringt. Denn die Anbieter arbeiten sowohl mit Fixtarifen und festem Prämienbetrag als auch mit Flextarifen und variablen Prämien, die sich an der jeweiligen Preisentwicklung orientieren. So kann dem Verbraucher am Ende mehr oder weniger Prämie zustehen. Auch die Vertragslaufzeit ist entscheidend.

Je länger die Laufzeit, desto großzügiger sind die Anbieter, weil sie »gesicherter« mit dem jeweiligen THG-Quoten-Zertifikat handeln können.

Alle Anbieter haben den Aufwand für den THG-Quoten-Handel für die Kunden auf ein Minimum reduziert, um sie von sich zu überzeugen. Zumeist reicht die Registrierung auf der Anbieter-Website mit den wichtigsten Eckdaten zur Person des Fahrers, wie der Bankverbindung für die Über-

WIE WIRD DIE THG-QUOTE BERECHNET?



Gesamtemissionen
des Vergleichswertes für
fossile Kraftstoffe

—

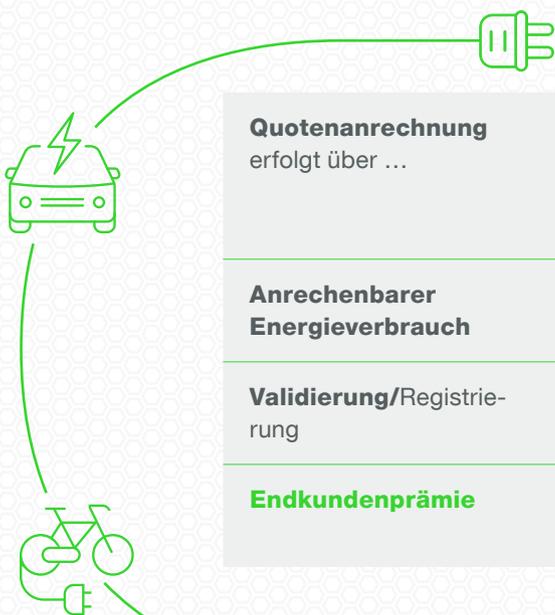
Gesamtemissionen
bei der Verwendung von
Strom

=



THG-Quote

AKTUELLE PRÄMIEN IM THG-QUOTEN-HANDEL



	Besitz eines E-Fahrzeugs oder elektrischen Zweirads	Ladepunkte
Quotenanrechnung erfolgt über ...	Registrierung der Zulassungsbescheinigung Teil I des reinen Elektrofahrzeuges (BEV) oder Elektrozeirads	öffentlich zugängliche Ladepunkte
Anrechenbarer Energieverbrauch	1.943 kWh/Fahrzeug im Jahr (aktueller Schätzwert)	tatsächlich gemessene Strommenge
Validierung/Registrierung	durch das Umweltbundesamt	durch das Umweltbundesamt
Endkundenprämie	250,- € bis 350,- € pro Fahrzeug im Jahr	bis zu 150,- € pro MWh



weisung der Prämie, und einem Foto der Zulassungsbescheinigung Teil I (Fahrzeugschein) – schon kann der Kunde dank des Anbieters in den Handel einsteigen.

Gut für den Verbraucher. Gut für die Umwelt? Gut für den Autohandel ...

Auch wenn der THG-Quoten-Handel in erster Linie dem Endkunden zugutekommt, der privat oder gewerblich E-Fahr-

zeuge oder E-Zweiräder nutzt, kann auch der Autohandel profitieren. Zum einen durch eigene öffentliche Ladepunkte, die zertifiziert und so »gehandelt« werden können. Zum anderen auch durch die Ergänzung des eigenen Kunden-Service, der Kunden über die Möglichkeiten des THG-Quoten-Handels aufklärt und ihnen gegebenenfalls sogar anbietet, den besten Anbieter für den THG-Quoten-Handel für die Bedürfnisse und Wünsche des jeweiligen Kunden zu finden.

THG-QUOTE – DIE KEY FACTS

- » Nur für rein elektrisch betriebene Fahrzeuge (BEV) oder Zweiräder
- » Für private Fahrzeuge und Firmenautos
- » Beantragung immer bis zum 28.02. des Folgejahres möglich
- » Jährliche Neuberechnung der Quote
- » Zertifikat für 2022 nur für Fahrzeuge mit Zulassung vor dem 01.01.2022 in Deutschland
- » **Hinweis:** Nur der eingetragene Fahrzeughalter kann den Antrag stellen

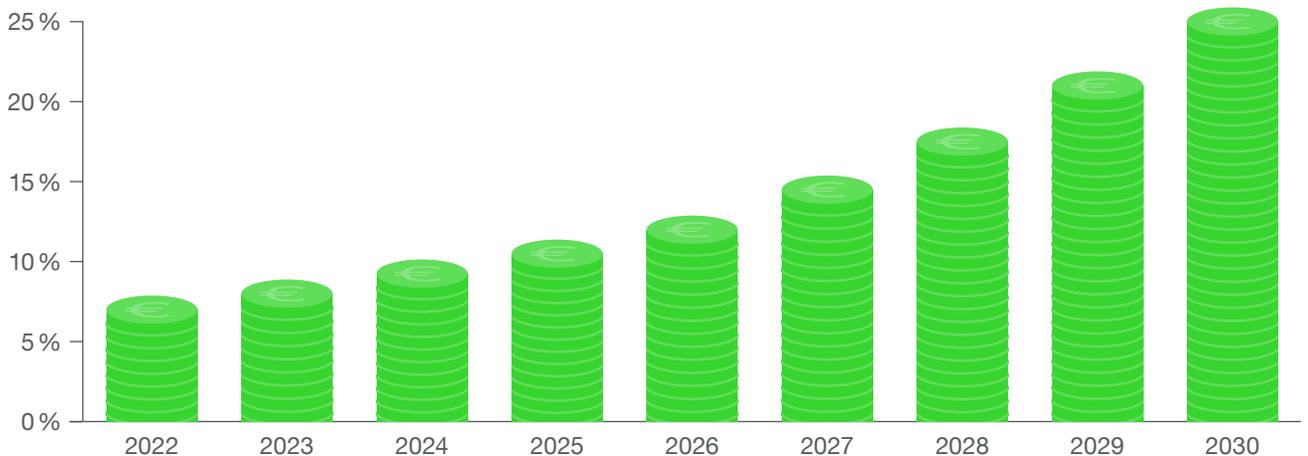


UND WAS, WENN ES ANDERS KOMMT?

Klar ist: Die THG-Quote und der Handel mit den dafür generierten Zertifikaten bleiben nur dann attraktiv, wenn die Mineralölindustrie wie bisher produzieren und verkaufen kann. Doch ein Blick auf den drohenden Klimawandel, die steigende Kurve der THG-Quote, die jedes Jahr um durchschnittlich knapp 2 % steigt (siehe Grafik unten), und die

veränderte Energiepolitik im Bund und in der EU genügt, um sich die Frage zu stellen, ob das Geschäft mit der THG-Quote ein einträgliches und relevantes bleiben wird – oder ob es durch anhaltende Investitionen in erneuerbare Energien und weitere Maßnahmen wie autofreie Sonntage in Zukunft an Attraktivität verliert.

ANSTIEG DER JÄHRLICH VERPFLICHTENDEN THG-MINDERUNG*



*CO₂-Minderung laut Bundestagsbeschluss vom 25. Mai 2021.

IHRE MARKE. IHR WEBSHOP. IHRE DOMAIN

Mit dem White-Label-Online-Shop-System setzen Sie in wenigen Schritten einen eigenen Online-Shop auf Ihrer Domain auf, bieten Produkte und Services online besser sichtbar an und profitieren von einer umfassenden Datenbank, einem stabilen IT-System und erfahrenen Partnern von TECHNO.

Bei der Entwicklung des Systems wurden die Wünsche und Anforderungen der TECHNO Gesellschafter und die Expertisen externer Dienstleistungs-Partner verarbeitet, um eine White-Label-Lösung zu schaffen, die alle Nutzer unabhängig von Anpassungen eines Drittanbieters macht und sich dennoch individuell an die eigene Händlermarke anpassen lässt.

DAS BESTE BEISPIEL DAFÜR, DASS TECHNO GESELLSCHAFTER MIT DER WHITE-LABEL-ONLINE-SHOP-LÖSUNG IN KURZER ZEIT RELEVANTE UMSÄTZE ERWIRTSCHAFTEN – UND DAS BEI GERINGEN KOSTEN: **MEHR ALS 120.000,- € ZUSÄTZLICHER JÄHRLICHER UMSATZ (NETTO) EINES REFERENZSHOPS DURCH ORIGINAL-ZUBEHÖR IM VERSAND.**



KOMPLETTPAKET ZUM BESTPREIS:

- » direkt fertig zum Einsatz als Subdomain-Shop
- » Möglichkeiten für Individualisierung und Rückverlinkung
- » automatische Updates und Weiterentwicklungen
- » Shop, Service, Website, Termine, Routenplanung, Standorte und vieles mehr
- » Betreuung und Empfehlung durch Expertenagentur mit jahrelanger Systemerfahrung
- » Google-Ads-Kampagnen, Smart Shopping, Google Shopping
- » DSGVO-konformes System
- » Zusammenarbeit mit erfahrenen Online-Marketing-Profis

STELLEN SIE JETZT IHREN EIGENEN WEBSHOP IN IHREM »LOOK & FEEL« ZUSAMMEN UND SCHAFFEN SIE SICH EIN ATTRAKTIVES STANDBEIN FÜR IHREN ONLINE-HANDEL.

SPRECHEN SIE UNS AN – UND WIR PASSEN DIE LÖSUNG GEMEINSAM AN IHRE WÜNSCHE UND IHRE AUTOHAUSMARKE AN:

E: aps-hotline@technoeinkauf.de
T: 040.526 099 111



 POWERED BY **AUTOTEILEPLUSSERVICE**

ZUKUNFTSSICHER AUFGESTELLT, NACHHALTIG KOSTEN GESPART

AUTOHÄUSER PROFITIEREN: PROFESSIONELLE PLANUNG VON ELEKTRIFIZIERUNG MIT THE MOBILITY HOUSE

Unterschiedliche Standards, Ladeinfrastrukturvorgaben der Hersteller, bauliche Herausforderungen, hohe Kosten – das Errichten einer Ladeinfrastruktur im Autohaus ist am Anfang oftmals ein Kraftakt. »Mit der steigenden E-Mobilität erhöht sich auch im Handel der Bedarf, eine optimale Ladeinfrastruktur bereitzustellen«, erklärt Jovan Ikić, Leiter Key Account Management Automotive bei The Mobility House.

Wie auch bei anderen Bauvorhaben sind eine gute Bedarfsplanung und ein individuell durchdachtes, standortbezogenes Konzept das A und O für einen erfolgreichen und kosteneffizienten Aufbau der Ladeinfrastruktur. Eine professionelle Bestandsanalyse besteht im ersten Schritt aus einer Begehung vor Ort. Gemeinsam werden alle Anforderungen aufgenommen und in ein technisches Konzept übertragen,

das die zukünftige Skalierung der Ladeinfrastruktur berücksichtigt. Eine wichtige Tatsache, die aktuell berücksichtigt werden sollte: Liefer- und Genehmigungszeiten von Herstellern und Behörden. Diese liegen schnell bei 6 bis 9 Monaten. Darum sollte jetzt an die Elektrifizierung gedacht werden, um morgen zukunftssicher aufgestellt zu sein. Ganz zu schweigen von attraktiven Förderungen, die aktuell weitere Einsparungen ermöglichen.

SCHREIBEN SIE UNS FÜR EINE INDIVIDUELLE BERATUNG!

E: automotive@mobilityhouse.com



» mobilityhouse.com

THE MOBILITY HOUSE

Ihre Ansprechpartner:



Till-Magnus Hartstang
Region „Ost“
PLZ: 01-04; 06-10; 12-19; 39
till.hartstang@mobilityhouse.com



Christoph Gropp
Region „Nord“, „Mitte“
PLZ: 20-38; 49; 60-61; 63-65;
68-69; 98-99
christoph.gropp@mobilityhouse.com



Viktor Schaermann
Region „West“
PLZ: 40-42; 44-48; 50-59; 66-67
viktor.schaermann@mobilityhouse.com



Philipp Schleicher
Region „Süd-West“, „Süd-Ost“
PLZ: 70-79; 80-89; 90-97
philipp.schleicher@mobilityhouse.com

Unsere Leistungen:



VERKOKT UND FESTGEROSTET

FACHGERECHTES HERAUSZIEHEN VON INJEKTOREN MIT GEDORE

Vor über 40 Jahren hat sich die **GEDORE Automotive GmbH (damals noch Klann)** zur Aufgabe gemacht, **hochwertige und innovative Spezialwerkzeuge zu entwickeln. Heute ist sie führend in der Herstellung von extrem sicheren, zeitsparenden und materialschonenden Lösungen für Pkw- und Nfz-Werkstätten. Das belegen rund 100 Patente, Gebrauchs- und Geschmacksmuster.**

So ist es nicht verwunderlich, dass **GEDORE Automotive** die passenden Lösungen für festsitzende Injektoren entwickelt hat:

- » **KL-0186-9...-Serie:** Festsitzende Diesel-Injektoren werden mittels Schlagauszieher problemlos und ohne Zerlegen des Injektors aus dem Zylinderkopf gezogen. Die Ergänzungssätze sind auf unterschiedliche Injektoren angepasst und fahrzeugunabhängig.
- » **KL-0186-1...-Serie:** Extrem festsitzende Diesel-Injektoren werden mechanisch oder hydraulisch per Zugspindel aus-

gezogen. Weil der Injektor zerlegt werden muss, ermöglichen Injektor-spezifische Ergänzungssätze das Zerlegen und die Aufnahme direkt an der Zugspindel. (Zur Abstützung der Abziehbrücke werden fahrzeugspezifische Stützbolzen-Sätze benötigt.)

- » **KL-0187-100 E:** Der Ausziehersatz für Benzin-Direkt-einspritzer wird ebenfalls mit einem Schlagauszieher und Aufsätzen für unterschiedliche Einspritzdüsen verwendet (ein Zerlegen ist nicht notwendig).

Des Weiteren gibt es jede Menge Zubehör zum Ausbau der Injektor-Dichtringe, Reinigen des Injektor-Dichtsitzes, zur De- und Montage der Injektor-Abdichtung, zum Ersetzen des Teflondichtrings etc.

GEDORE Automotive – immer eine Lösung mehr.

» gedore-automotive.de

GEDORE
KLANN EXPERIENCE

**MISSION:
KLANNPOSSIBLE**

SICHERES ARBEITEN. ZEITERSPARNIS. DURCHDACHTE WERKZEUGE.



ARPA-NOW.DE – DIE ÜBERSICHTLICHE PLATTFORM RUND UM DAS THEMA PROZESSAUTOMATISIERUNG. HIER FINDEN SIE »FERTIGE« BOT'S ZUM SOFORTIGEN EINSATZ IN IHREM AUTOHAUS.

ENTWICKELT VON TECHNO GESELLSCHAFTERN FÜR TECHNO GESELLSCHAFTER.
**SPAREN SIE ZUSÄTZLICH BIS ZU 55 % DER ENTWICKLUNGSKOSTEN GEGENÜBER
EINER EIGENENTWICKLUNG.**

Die Prozessautomatisierung durch **Robotic Process Automation (RPA)** ist **unbestritten die effektivste Antwort auf die meisten Effizienzprobleme im Unternehmen.** Der Marktplatz **arpa-now.de** der **Weissenberg Group** bietet **TECHNO** Gesellschaftern einen **schnellen und wirtschaftlich attraktiven Weg, erfolgreich den Pfad der Prozessautomatisierung zu beschreiten.** Die **Chance einer nachhaltigen Effizienzsteigerung durch RPA nutzen bereits einige TECHNO Gesellschafter – Motor-Nützel und BERESA berichten von ihren Projekten.**

Eine Prozessautomatisierung über den Marktplatz **arpa-now.de** hat für **TECHNO** Gesellschafter mehrere Vorteile. Einmal entwickelte Automatisierungsmodule können die Prozessinitiatoren über den Marktplatz anderen **TECHNO** Gesellschaftern kostenpflichtig zur Nutzung anbieten und damit die Entwicklungskosten zumindest teilweise refinanzieren. **TECHNO** Gesellschafter, für die eine Eigenentwicklung wirtschaftlich nicht attraktiv ist, können durch die Nut-

zung bereits entwickelter Module Einsparungen gegenüber einer Neuentwicklung von bis zu 55% realisieren, da die Automatisierungsmodule des betreffenden Bots nur an die spezifischen Gegebenheiten des Autohauses angepasst werden müssen.

PROFESSIONELLE PROZESSANALYSE IST DIE HALBE MIETE

Jede Prozessautomatisierung erfolgt auf Basis einer gemeinsamen, detaillierten Analyse und Aufnahme des jeweiligen Prozesses durch die **Weissenberg Group** und den Prozessinitiator – auf Basis von Best Practices der **Weissenberg Group** aus hunderten von Kundenprojekten. Dazu gehört auch die gemeinsame Optimierung des betreffenden Prozesses, wo dies erforderlich ist, vor der Automatisierung.



**BIS ZU 55 %
EINSPARUNGEN**

GEGENÜBER DER EIGENENTWICKLUNG
VON AUTOMATISIERUNGSMODULEN



WEISSENBERG
GROUP

AUTOMATISIERTE NEUWAGENANLAGE BEI MOTOR-NÜTZEL

Die Daten aus dem Hersteller-System NADIN in das Dealer-Management-System DMS CROSS manuell zu überführen, ist ein aufwendiger Prozess. Der Autohändler **Motor-Nützel** aus Bayreuth mit 13 Standorten in der Region hat sich deshalb entschlossen, diesen Prozess von der Weissenberg Group automatisieren zu lassen.

Neue Fahrzeuge sucht der (Unattended) Bot* jetzt selbstständig mithilfe der Kommissionsnummer im NADIN und liest die Fahrzeugdetails aus. Anschließend überträgt er Modelldetails, Mehrausstattungen und Preisdetails sowie Bestell- und Kundendaten vom NADIN in das DMS CROSS des Autohauses.

»{...} Die übertragenen Daten werden gleich auf Richtigkeit überprüft und bei Unstimmigkeiten eine Fehlermeldung an den Fachbereich ausgelöst. **Bei bis zu 250 Bearbeitungsvorgängen pro Monat sparen wir jetzt 50% der Kosten. Gleichzeitig steigt die Produktivität um 80% – bei einer Amortisationszeit von weniger als 5 Monaten.**«

Roman Fehling,

Geschäftsführer der Motor-Nützel Vertriebs-GmbH

» motor-nuetzel.de



*Der Unattended Bot ist ein »nicht begleiteter« Roboter, der ohne Aufsicht durch Menschen autark auf einer virtuellen Maschine in einem Rechenzentrum arbeitet – gesteuert über eine Zentrale, die ihm sagt, was er zu tun hat.

BERESA WILL WEBPARTS UND NEUWAGEN- DISPOSITION AUTOMATISIEREN

Die Automobil-Handelsgruppe **BERESA** aus Münster mit 18 Filialen in NRW und Niedersachsen hat gleich zwei Prozesse für eine Automatisierung projiziert.

Automatisierte Auftragsbearbeitung

Geplanter Ablauf: Offene Aufträge, die per Mail mit Link zu WebParts im Postfach eines Bots ankommen, werden geöffnet und ausgelesen. Im Verwaltungssystem AlphaPlus wird die entsprechende Filiale geöffnet, die Daten werden importiert und eine Rechnung wird erstellt (ggf. müssen Rabatte nachgetragen werden). Zum Schluss wird die Rechnung in der Filiale ausgedruckt.

Automatisierte Neuwagenregistrierung

Geplanter Ablauf: Die Daten von neu angelieferten Fahrzeugen werden automatisiert im Verwaltungssystem AlphaPlus eingetragen oder aktualisiert, falls die Fahrzeuge bereits im

System sind. Dazu werden Daten aus den Werkstattssystemen ausgelesen – inkl. Unterscheidung zwischen Neu- und Gebrauchtwagen.

»Bei Bestellungen über WebParts im mittleren fünfstelligen Bereich pro Jahr rechnen wir mit einer **Zeitersparnis und einer entsprechenden Produktivitätssteigerung von 80%**. Und bei ca. 1.000 bis 1.400 zu registrierenden Fahrzeugen pro Monat könnten wir nach einer ersten Einschätzung **50% der Zeit sparen**, die wir für die manuelle Ausführung aufwenden.«

Dr. Johannes Spandau und Andre Eggert,

BERESA GmbH & Co. KG

» beresa.de

BERESA

**SCHALTEN AUCH SIE DURCH PROZESS-
AUTOMATISIERUNG NACHHALTIGE
EINSPARPOTENZIALE FREI.
WIR HELFEN IHNEN GERNE WEITER.**

Dr. Norbert Niemeier
Managing Director

T: 05361.6543 933

E: n.niemeier@weissenberg-group.de

» weissenberg-group.de


WEISSENBERG
INTELLIGENCE

Live-Bots im Einsatz -
Anwendbar für alle
Gesellschafter

AUTOMATION

OFFIZIELLER
PARTNER

TECHNO



MARDER
STOP&GO[®]



WIR SIND
MARDERABWEHR

MAXIMALE FLEXIBILITÄT

**MIT NUR EINEM CLIP
ZU VOLLEM SCHUTZ!**



**Die STOP & GO
Hochspannungs-Innovation mit
raffinierter Clip-Technik**



www.stop-go.de



* Art. 07553 | 07539

LEISTUNGEN & PRODUKTE

UND ES HAT »KLICK« GEMACHT

**NEUE CLIP-KONTAKTPLATTE
VON STOP&GO FÜR EFFEKTIVE
MARDERABWEHR**

Pünktlich zu Beginn der Mardersaison ist ab sofort die neue CLIP-Kontaktplatte erhältlich, die in puncto Handhabung, Einbau- und Montagezeit neue Maßstäbe setzt – für eine bis dato nie dagewesene Flexibilität. Innovationsführer STOP&GO präsentiert eine Weiterentwicklung der millionenfach bewährten Edelstahlkontaktplatte mit Schneidklemmtechnik (SKT): Das Hochspannungskabel muss nun nicht mehr durch die Kontaktplatte gefädelt werden.

Die neue CLIP-Variante lässt sich über einen Klappmechanismus öffnen und das Kabel bequem einlegen. Kontaktplatten können so nachträglich und an beliebiger Stelle des Hochspannungskabels angebracht werden. Auch eine Verlängerung mithilfe eines zusätzlichen Kabels ist möglich, um weitere Kontaktplatten in großen Motorräumen einzubauen, wie von z. B. SUVs oder Wohnmobilen.

Wie beim Vorgängermodell erfolgt die Arretierung und Verbindung der PLUS-MINUS-Edelstahlkontaktplatten mit zweiadrigem Hochspannungskabel durch einen einfachen »Klick«. Beim Zusammendrücken der Platten bohren sich sechs Dorne in die Seele des Kabels und optimieren dessen Kontaktsicherheit. Das ist in kürzester Zeit händisch und ohne Werkzeug erledigt. Dank abgerundetem Sockel lassen sich die Platten mit Kabelbindern flexibel an z. B. Schläuchen montieren.

Die CLIP-Variante ist in gewohnt hochwertiger STOP&GO-Qualität für die Geräte 7 PLUS-MINUS und 8 PLUS-MINUS erhältlich – inklusive 4 Jahren Gewährleistung. Die neuen Geräte, genau wie alle anderen Produkte von STOP&GO, gibt es in Ihrem Autohaus.



» stop-go.de

DENSO ERSATZTEILE: NEU BEI TECHNO

OE-QUALITÄT VON EINEM DER WELTWEIT FÜHRENDEN ERSTAUSRÜSTER

Präzises Engineering, ultimative Leistung, beste Erstausrüsterqualität: Das DENSO Sortiment bietet außergewöhnliche Eigenschaften für den Automotive-Aftermarket.

Seit Jahrzehnten schätzen führende Fahrzeughersteller weltweit die leistungsstarken, effizienten und zuverlässigen Erstausrüstertechnologien von **DENSO**. Das Unternehmen mit Sitz in Japan wurde 1949 gegründet und ist heute an über 200 Standorten weltweit aktiv. **DENSO** ist als Weltmarktführer für Klimatechnik bekannt und in vielen Technologiebereichen für Weltneuheiten in der Automobilindustrie verantwortlich.

Um DENSOs Produkte und Technologien in Aktion zu sehen, muss man nur unter die Motorhaube schauen: **In neun von zehn Fahrzeugen sind Originalteile von DENSO verbaut.** Alle DENSO Ersatzteile werden nach OE-Standards präzisionsgefertigt und rigoros getestet.

ÜBER 6.000 TEILENUMMERN UND GARANTIERTE ERSTAUSRÜSTER-QUALITÄT:

- » Klimaanlage- und Motorkühlungsteile
- » Anlasser und Lichtmaschinen
- » Dieselmotoren
- » Zünd- und Glühkerzen
- » Komponenten für Motormanagement
- » Verschleißteile

Den gesamten **E-Katalog, Service- und Montagetipps**, aktuelle Schulungstermine und eine **kostenfreie E-Learning-Plattform** finden Sie online!

- » denso-am.de
- » denso-technic.de

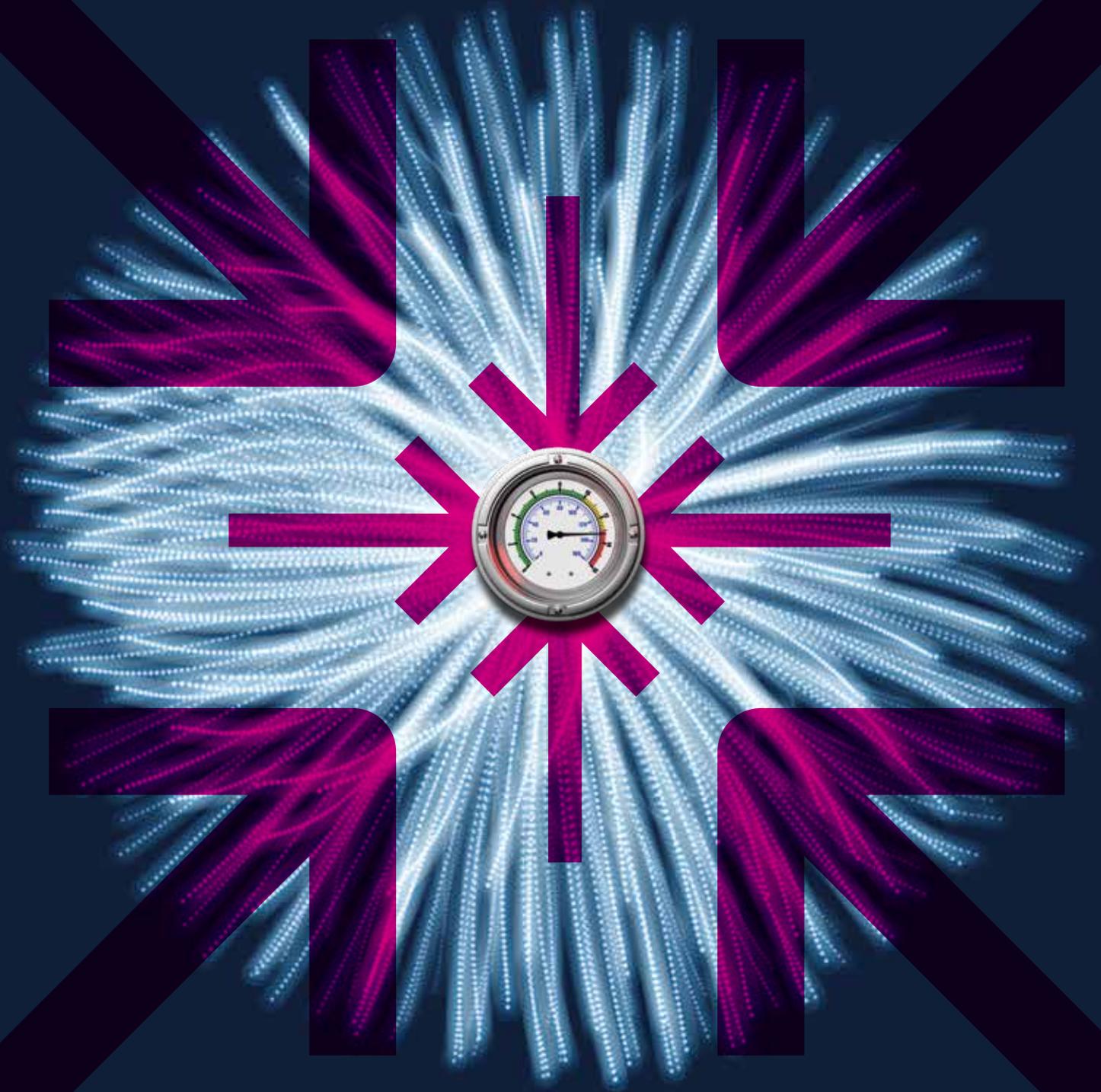
DENSO

DENSO

HABEN AUTOTEILE EINE DNA?

DENSO-Teile schon. Denn sie sind nach OE-Standards präzisionsgefertigt. Best-in-class, technologisch führend und absolut verlässlich - all das liegt in ihrer DNA. Teile die immer perfekt passen. Eine gute Entscheidung.

CHOOSE DENSO. Free your thinking.



UNDER PRESSURE

VOM KAMPF UM MARKTPositionEN, FORTBESTAND UND VORMACHTSTELLUNGEN.

Druck hat gute Seiten. Er lässt über Jahrtausende Diamanten entstehen und bringt vielfach die nötige Motivation für Veränderung oder Entwicklung mit sich. Die negative Seite jedoch lässt sich aktuell auf dem Weltmarkt beobachten. Befeuert von unterschiedlichen Seiten. Durch geopolitische und ökonomische Themen. Durch die Umbrüche aufgrund des Klimawandels und der Mobilitätswende. Durch Lieferengpässe und Kostendruck. Es ist ordentlich Dampf auf dem Wirtschaftskessel. Der Druck ist so hoch wie selten zuvor.

Um dem Druck zu entkommen oder die Effekte abzumildern, werden vielerorts Konzentrations- und Konsolidierungsprozesse beschleunigt. Übernahmen, Merger, Zusammenschlüsse und Allianzen. Die Bandagen werden härter. Ausbleibende Wachstumsquoten und Umsatzeinbußen wollen kompensiert werden, Lieferengpässe und Inflation belasten das Geschäft. Auch im automobilen Bereich streben Hersteller danach, die eigene Einflussosphäre zu erweitern und bisher weniger beachtete Bereiche in den eigenen Strukturen abzubilden. Investitionen in Marktpositionen und Vormachtstellungen nehmen zu.

EXPERTEN RECHNEN AUCH FÜR 2022 MIT EINEM FUSIONS-HOCH

Vielfach finden Wirtschaftszweige, Branchen und Unternehmen zusammen, weil ihnen das Verzahnen der eigenen Interessen als wichtigstes Mittel zum Eigenschutz, Eigennutz oder zur Absicherung der eigenen Marktposition dient. Ob in der Politik, der Gesellschaft, der Wirtschaft im Allgemeinen – und dem Autohandel im Speziellen.

NICHT NEU, ABER IN NEUEN DIMENSIONEN UND MIT NEUER VEHEMENZ

Übernahmen und Zusammenschlüsse wurden schon immer genutzt, um wichtige Skalen- und Synergieeffekte für das eigene Unternehmen zu erzielen. Konzentrierte sich der Markt, konzentrierten sich häufig auch die Unternehmen. Schließlich erleichtert die Größe den Wettbewerb und sichert, stärkt oder erweitert die Markt- und damit auch die Machtposition. Ein Grund, warum Verbundgruppen, Allianzen und Kooperationen seit jeher Teil der Wirtschaftsgeschichte und des -geschehens sind.

GEBÜNDELTE FAKTEN

VON GENUSSMITTELN ÜBER AUTOMARKEN BIS HIN ZUM AUFBAU UNSERER MUSKELN: **ZUSAMMENSCHLÜSSE** SIND ÜBERALL

Das ist das Ergebnis von Forschern der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) in Zürich, die 2011 zum ersten Mal die Dominanz von Konzernen in der Weltwirtschaft und ihren weitreichenden Einfluss untersucht und nachgewiesen haben. Gemessen an der Größe der Konzerne wurde in der Untersuchung deutlich, dass sie überproportional viel Einfluss haben. Unternehmen aus dem Finanzbereich (Banken und Rentenfonds) stachen hier besonders hervor.

147
KONZERNE
HABEN DEN GRÖSSTEN EINFLUSS
AUF DIE WELTWIRTSCHAFT

Quelle: www.fr.de – Wirtschaft – 147 Unternehmen kontrollieren die Welt – 24.10.2011

ÜBER 500
BIERMARKEN

aus mehr als 40 Ländern besitzt Anheuser-Busch InBev. Damit ist das Unternehmen mit Sitz in Brüssel die größte Brauereigruppe der Welt. Zu den Marken zählen unter anderem Beck's, Hasseröder, Diebels, Stella Artois und Budweiser.

Quelle: Wikipedia-Seite de.wikipedia.org/wiki/Anheuser-Busch_InBev und Unternehmenswebseite ab-inbev.com/our-brands

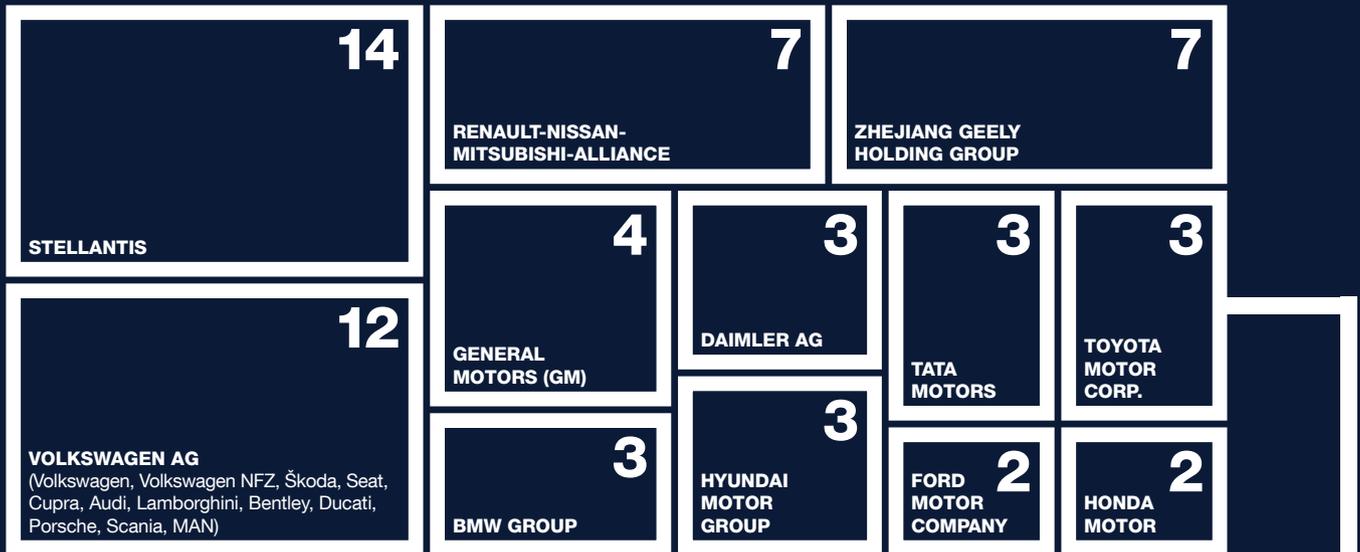
Durch die Hans-Böckler-Stiftung nachgewiesener Konzentrationsprozess im Autohandel: »Die Analyse von Beschäftigten und Umsatz nach Größenklassen zeigt, dass es eine deutliche Konzentrationstendenz gibt.« (Vergleich der Betriebsanzahl: 47.000 Betriebe im Jahr 2000 und 36.600 im Jahr 2019)

(Vergleich des Umsatzanstiegs: 127,1 Mrd. Euro Umsatz im Jahr 2000 und 186,1 Mrd. Euro im Jahr 2019)

+46 % UMSATZ
-23 % BETRIEBE

Quelle: Hans-Böckler-Stiftung, WORKING PAPER, FORSCHUNGSFÖRDERUNG, Nummer 223, August 2021, Branchenanalyse Kraftfahrzeuggewerbe – Digitale Transformation, Technologiewandel und Beschäftigungstrends in Autohäusern und Kfz-Werkstätten, Jürgen Dispan

BÜNDELUNG DER WELTWEITEN AUTOMARKEN UNTER DEN HERSTELLERUNTERNEHMEN:



310

TECHNO ist Mitglied

Verbundgruppen sind im MITTELSTANDS-VERBUND – ZGV e. V. organisiert (ca. 230.000 mittelständische Unternehmen).

SEIT 2010 VERKAUFT TOYOTA WELTWEIT DIE MEISTEN AUTOS

(Marktanteil in Q1 2022: 11,3% (2,2 Mio. Einheiten))

Quelle: MITTELSTANDSVERBUND – ZGV e. V.

MEHR ALS 507 MRD. EURO

und damit rund 18% des BIP in Deutschland erwirtschaften die Verbundgruppen, die Mitglied im MITTELSTANDSVERBUND – ZGV e. V. sind.

Quelle: MITTELSTANDSVERBUND – ZGV e. V.

15.644

haupt- und nebenamtlich geführte Verbände gibt es in Deutschland. Mehr als 50% dieser Verbände kommen aus dem Bereich Arbeit und Wirtschaft.

Quelle: Deutsches Verbände Forum – verbaende.com & Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement (DGVM) und Tim Richter, Schätzung, Dezember 2018

» WAS DEM EINZELNEN NICHT MÖGLICH IST, DAS SCHAFFEN VIELE «



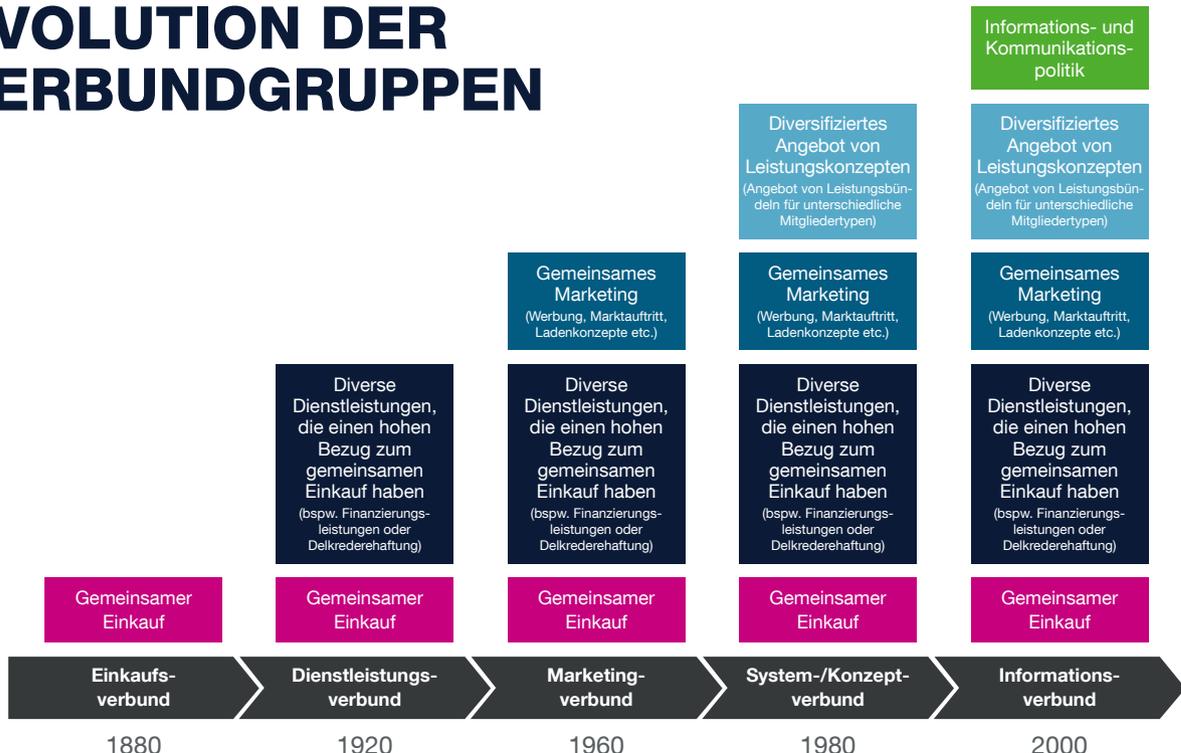
FRIEDRICH WILHELM RAIFFEISEN,
Mitbegründer der landwirtschaftlichen Darlehensgenossenschaft

DIE GESCHICHTE DER VERBÜNDE, IHRE FORMEN UND WAS SIE ERFOLGREICH MACHT

Politische und gesellschaftliche Bündnisse sind und waren schon immer Teil unserer Gesellschaft. Schon im Mittelalter gab es Verbände, Zünfte oder Gilden, die die verschiedenen Berufe und Aufgaben innerhalb der damaligen Gesellschaft vertraten. Im Gegensatz zu heute hatte man allerdings nicht die Wahl, sondern wurde in den Verband, die Zunft oder die Gilde hineingeboren und musste dann »standesgemäß« bleiben. Heute kann aus über 15.000 Verbänden gewählt werden. Je nach Anforderung, Anliegen, Interessengebiet oder Branche.

Für die Wirtschaft wurden Bündnisse erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts interessant. Zu der Zeit bildeten sich einfache Einkaufsgemeinschaften, um für bessere Einkaufskonditionen einzustehen – und begründeten so die »Urf orm« der Wirtschaftskooperation. In den 1920ern kam die finanzielle Unterstützung der Mitglieder bei der Warenbeschaffung durch den Verbund hinzu. Später traten die Bündnisse auch in der Rolle des Vermarkters auf oder etablierten zusammen eine zentrale Marke. Auch heute noch übernehmen Verbände all diese Funktionen – und haben zusätzlich ihr Aufgabengebiet um Digitalisierung, Entwicklung und Austausch unter den Mitgliedern erweitert, wie die untenstehende Grafik zeigt.

EVOLUTION DER VERBUNDGRUPPEN



Unternehmensbündnisse beziehen sich heutzutage längst nicht mehr allein auf die Förderung der Mitglieder im Hintergrund. Bündnisse werden auch für die Attraktivitätssteigerung von Produkten genutzt. Wie zum Beispiel bei Telekommunikationsanbietern. Diese bieten Festnetztelefonie- und Breitbanddienste vermehrt in Kombination mit TV-Diensten und Mobilfunkleistungen an. So erhält der Kunde vier Services zu einem Preis – und das Unternehmen hat Anteil an mehreren Stufen der Wertschöpfungskette. Damit folgen Telekom, Vodafone und Co. indirekt auch dem Verbraucherswunsch nach »One-Stop-Shopping«. Eine Entwicklung, die bereits im Einzelhandel zu beobachten ist, wie das EHI Retail Institute im HANDELSREPORT LEBENSMITTEL 2018 ermittelte.

Auch viele Autohersteller setzen auf Markenbündnisse, um Kunden für die eigenen Modelle oder die eigene Marke zu gewinnen. Wie z. B. für den neuen vollelektrischen Mazda MX-30, der auch mit Bose® BassMatch-System ausgerüstet werden kann. Land Rover wiederum setzte auf eine Kooperation mit der Luxusmodemarke Barbour, um eine passende Kollektion zu den eigenen Geländewagen anbieten zu können. BMW arbeitete für die 7er-Reihe 2016 mit Uber zusammen und ermöglichte so eine neue Markenbegegnung jenseits der klassischen Probefahrt.

Neben der Produktkooperation wird zudem auch auf gemeinsame Forschung gesetzt, um einen Vorsprung am Markt festigen zu können. So haben sich unter anderem die konkurrierenden Medienhäuser Axel Springer, Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media zur gemeinsamen Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung, kurz GIK, zusammengeschlossen, um gemeinsam crossmediale Markt-Media-Studien zu realisieren.

KOOPERATIONEN SIND EIN WIRKUNGSVOLLES MITTEL FÜR ABSICHERUNG UND ZUGEWINN AUF DEM MARKT

Die größte Verbundgruppe Deutschlands ermittelt einmal im Jahr die Frankfurter Allgemeine Zeitung für ihre Sonderbeilage »Die 100 Größten«. Im Jahr 2020 konnte sich dabei die über 100 Jahre alte ANWR-Unternehmensgruppe an die Spitze der Top-25-Verbünde setzen. Die Gruppe mit Sitz in Mainhausen ist eine der führenden europäischen Handelskooperationen im Non-Food-Bereich (Schwerpunkt Lederwaren und Schuhe) und bietet den eigenen Mitgliedern unter anderem die Online-Shop-Plattformen schuhe.de und sport2000.de. 5.000 selbstständige direkt angeschlossene Unternehmen und mehr als 20.000 weitere in über 80 internationalen Verbänden nutzen das Angebot der ANWR.

Auch die hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG ist unter den ersten 5 der Top 25 zu finden. Die

bekannteste Baumarktmarke wurde 1964 von 35 Baustoff-Fachhändlern gegründet und hatte seitdem stetigen Zuwachs – nicht nur in puncto Mitglieder, sondern auch in Bezug auf die eigenen Leistungen. Heute bietet hagebau neben IT, Logistik, E-Commerce, Versicherungen und mehr auch eine strategisch nachhaltige Organisationsstruktur für rund 350 rechtlich selbstständige, mittelständische Unternehmen im Fach- und Einzelhandel an. Grenzübergreifend. Denn hagebau-Standorte, insgesamt mehr als 1.550, sind auch in sechs europäischen Ländern zu finden.

Auch die HolzLand-Gemeinschaft setzt auf selbstständige Unternehmer. Die führende Kooperation für Holzhändler in ganz Europa generiert, wie andere Verbände, günstige Einkaufskonditionen und vermittelt, berät und wirbt für den Verbund. Das wichtigste Instrument für den Verband ist jedoch die zentrale B2C-Plattform Holzland.de. Die gemeinsame E-Commerce-Lösung ermöglicht den schnellen Einstieg in den Online-Handel für alle Mitglieder ohne Preis- oder Angebotsbindung.

Wie wichtig moderne Technologien für Bündnisse sind – egal, ob mit ihnen Waren verkauft oder interne Prozesse organisiert werden –, zeigt das Projekt »Cloud Mall BW« des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg. Hier wurden in einem Reallaboransatz cloud-basierte Kooperationen zur gemeinsamen Entwicklung innovativer Dienstleistungsangebote untersucht. Mit eindeutigem Ergebnis: Wer in Kooperationen eingebunden wurde, sicherte sich neue Marktchancen und wettbewerbsfähige Wertschöpfungsketten.*

VERBUNDGRUPPEN SIND ERFOLGREICH – BESONDERS IN PUNCTO HERAUSFORDERUNGEN

Das »alte« Grundkonzept eines Verbunds ist noch heute sehr modern: Dezentrale und agile Mitglieder sichern die Erfolge vor Ort ab, indem eine übergreifende Infrastruktur aufgebaut und die Macht der Mitgliederzahl gegenüber Lieferanten und Dienstleistern gebündelt wird. Für bessere Konditionen, zusätzliche Mehrwerte, erhöhte Wirtschaftlichkeit durch Synergieeffekte und übergreifenden Austausch. Zentrale Vorteile, die mit Blick auf aktuelle branchenübergreifende Marktentwicklungen wie die Digitalisierung, ein Neudenken der Globalisierung und die Omnipräsenz der Digital Global Player allen Verbundmitgliedern in die Karten spielen können. Voraussetzung: Die Mitglieder spielen ihre Karten aus und setzen die Größe ihres Verbundes und den enthaltenen ungeheuren Erfahrungsschatz ein.

*Quelle: ipa.fraunhofer.de – Publikationen – Studien – »Innovation durch Kooperation – Cloud Computing als Wegbereiter gemeinsamer Leistungsangebote und verbesserter Wertschöpfungsketten«.



Wir bei TECHNO sind dafür da, für unsere Gesellschafter die Extrameile zu gehen – dafür ist es allerdings wichtig, dass auch der Gesellschafter mit uns mitgeht.

So können wir ähnliche Anforderungen schneller bündeln und Konzepte für bspw. eigene Plattformlösungen praxisnah – inklusive reibungsloser Abwicklung – umsetzen. Ohne dabei auf individuelle Anpassungen verzichten zu müssen.

Das ist der ungeheure Mehrwert hinter TECHNO. Nicht allein die Konditionen, sondern vor allem die Konzeption, die zu uns und in die Hände relevanter Partner verlagert werden kann.



GEORG WALLUS

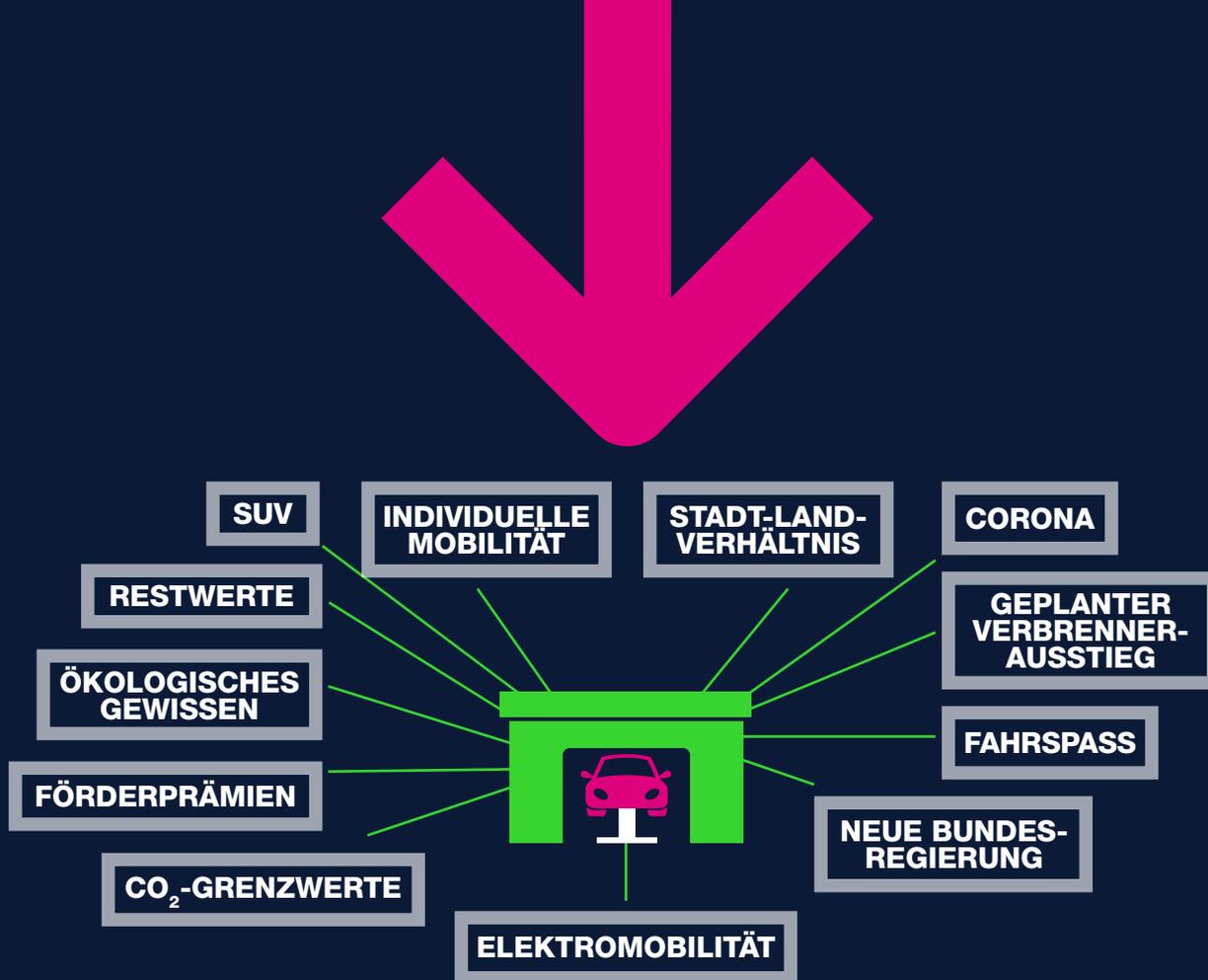
GESCHÄFTSFÜHRER TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

VEREINT IM AUTOMOBILEN SPANNUNGS- FELD



Modernde Verbundgruppen sind längst mehr als reine Einkaufsgemeinschaften, die marktgerechte Konditionen verhandeln. Heute ist ein Verbund zu gleichen Teilen auch Multiplikator, Vermittler, Wissenssammler und Gerüstbauer, um nachhaltige Innovationskraft zu schaffen, die bei der Bewältigung aktueller Herausforderungen einen wirklichen Mehrwert darstellt.

Ein Mehrwert, der gerade im Autohandel den Unterschied machen kann. Das zeigt auch der Endbericht der Studie für das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) zur wirtschaftlichen Bedeutung regionaler Automobilnetzwerke in Deutschland. Gerade in den Bundesländern, die von der Automobilindustrie geprägt sind, wie bspw. Nordrhein-Westfalen, Hessen oder Niedersachsen, sollte verstärkt auf Vernetzung und Kooperation gesetzt werden, um voneinander und miteinander zu lernen. »In jedem Falle ermöglichen die vorliegenden Ergebnisse ein Matching von Regionen und Unternehmen mit ähnlichen Herausforderungen, wodurch Erfahrungen geteilt und Kräfte gebündelt eingesetzt werden können«, ergab die Untersuchung des Fraunhofer IAO Instituts und IW Consult im Auftrag des BMWi. »Die (...) betroffenen Regionen können sich gezielt miteinander vernetzen und gemeinsam Projekte initiieren, die Synergien versprechen.«



Wie eine solche Vernetzung und ihre Synergien aussehen können, zeigt das TECHNO Beispiel **OT REGIO**. **TECHNO** Gesellschafter hatten durch den Austausch festgestellt, dass sie dieselbe Marktbeobachtung entdeckt und -lücke lokalisiert hatten. So entstand das Konzept für die Vermarktung von OE-Teilen an freie Werkstätten in der eigenen Region – ein durchschlagender Erfolg. Aktuell sind über 8 OT REGIOS im **TECHNO** Netzwerk vertreten, die den Verkauf von Werkstattbedarf und mehr an über 8.000 Kunden organisieren und abwickeln.

Auch die Eigenmarke **TECAR REIFEN** wurde im Verbund geboren, weil TECHNO Gesellschafter geschlossen im Reifengeschäft mit einer eigenen Marke vertreten sein wollten. Jetzt ist der ESA+TECAR Reifen nicht mehr aus dem Saisongeschäft wegzudenken, weil er in puncto Preis und Leistung überzeugt – und in diversen Reifentests von ADAC und Co.

Beide Konzepte sind Belege für die Effektivität von **TECHNO**. Seit ihrer Gründung 1968 konnte die Autohaus-Kooperation immer wieder Gesellschafter und deren Anforderungen zusammenbringen und so starke, praxisnahe und relevante Konzepte realisieren. Wie z. B. auch auto-claim für das Schadenmanagement oder dem TECHNO Versicherungsdienst für den Vertrieb von Versicherungsprodukten über das Autohaus.

KONZENTRATION DER GESELLSCHAFTERSTÄRKEN MACHT WEITERE GEMEINSAME UND INDIVIDUELLE ERFOLGE MÖGLICH

Die aktuelle Entwicklung im Autohandel zeigt, wie wichtig es ist, Themen gemeinsam anzugehen. Weil die Anforderungen für alle gleich sind – angefangen beim Umgang mit Agenturverträgen und dem Plan der Hersteller, auch After-sales in diese zu integrieren, über die Vermittlung erfahrener Berater und Consulting Solution Partner bis hin zur weiteren Digitalisierung relevanter Prozesse und Services. Die Antwort auf die Frage nach dem Aufbau des Autohauses von morgen sollte gemeinsam beantwortet werden – aus dem gebündelten Erfahrungsschatz der eigenen Kooperation heraus. Einen schnelleren Zugang zu Mitstreitern für die eigene Sache gibt es nicht. **TECHNO** kann hier als Vermittler, Entwickler und Unterstützer genutzt werden – für die gezielte Prozessoptimierung, für die Kostenersparnis und als Kontaktpunkt zu neuen Dienstleistern, Lieferanten oder ausgewiesenen Experten.



UNSERE GEMEINSAME HERAUSFORDERUNG IST DIE **KONZENTRATION** **VON VOLUMEN**

EIN AUFRUF VON TECHNO GESCHÄFTSFÜHRER
GEORG WALLUS

»Es braucht Konzentration, um Aufgaben lösen zu können. Konzentration sorgt dafür, dass wir am Ball bleiben, unseren Fokus nicht verlieren und alle Gedanken klar an einen Punkt lenken. In der aktuellen Zeit ein wichtiger Faktor, zumal wir uns, wenn wir ehrlich sind, nicht nur auf einen Punkt konzentrieren können. Die Themen und Anforderungen sind dafür zu vielfältig. Ein Grund, warum sich TECHNO auf die Fahnen geschrieben hat, die Themen, die die Branche bewegen, innerhalb Ihrer Kooperation zu konzentrieren.

Der bekannte Baligh-Richartz-Effekt beschreibt, dass die Einschaltung einer Kontakte vermittelnden Institution zu einer Ressourcenersparnis im Gesamtsystem führen kann. Eine Theorie, die wir mit TECHNO in der Praxis belegen können. Unser Verbund als vermittelnde Institution schafft Ersparnis in vielerlei Hinsicht für unsere Gesellschafter und deren angeschlossene Autohäuser. Sei es in Form von monetärer Ersparnis, in Bezug auf Ressourcen oder in Bezug auf Zeit für die Recherche und Suche nach relevanten Kontakten. So konnten wir in der Vergangenheit immer wieder für Sie, unsere Gesellschafter, mit Erfolg wichtige Schritte übernehmen.

Jetzt sehen wir uns mit Veränderungen konfrontiert, die auch für uns als Kooperation spürbar sind. Konnte man bisher mit Potenzialen äußerst positive Ergebnisse erzielen, brauchen wir morgen verbindliche Zusagen, um mehr erreichen zu können.

Es zeigt sich immer wieder, dass eine ›reine‹ Interessenbekundung für eine Zusammenarbeit in der aktuellen Situation weniger Gewicht hat. Die Krise verlangt vermehrt nach klaren Ansagen und Aussagen – und bringt so nachhaltig Sicherheit für beide Seiten. Verlässlichkeit war und ist neben Expertise das A und O für kooperatives Handeln und den Erfolg von individuellen Gemeinschaftskonzepten – und das Erfolgskonzept der gebündelten Stärke Deutschlands größter Autohausgruppen.

Wie wir das Konzept ›TECHNO‹ erfolgreich weiterführen und dank diesem weiterhin Potenziale für den Einzelnen und für alle heben können, wird eines der zentralen Themen auf unserer Gesellschafterversammlung im Herbst sein: Welche Stärken müssen und können wir weiter bündeln? Wie können wir die Zusammenarbeit stärken? Wie ›verbindlicher‹ zusagen? Ich freue mich darauf, gemeinsam mit Ihnen Antworten auf diese Fragen zu finden.«





TECHNO GIPFEL 2022 DIE SPEAKER, DIE THEMEN, DIE VORTRÄGE

AUF DER **GESELLSCHAFTERVERSAMMLUNG** IM HERBST
DIESES JAHRES WERDEN DREI HOCHKARÄTIGE SPEAKER FÜR
SPANNENDEN INPUT UND INTERESSANTE INSIGHTS SORGEN

GASTVORTRAG **KLAUS MAIER**

CHANCEN UND RISIKEN FÜR DEN AUTOMOBILHANDEL DURCH DEN MARKTEINTRITT NEUER CHINESISCHER MARKEN



- » Wie funktioniert China?
- » Automarkt China
- » Disruption im Automobilvertrieb mit speziellem Fokus auf den Markteintritt neuer Marken
- » Übersicht über neue chinesische Marken
- » Nio – eine Benchmark in der Automobilindustrie
- » Handlungsalternativen für den Automobilhandel

Zur Person: Klaus Maier ist strategischer Berater, Advanced-Mobility-Strategie, Asien-/China-Experte und ehemaliger Global Head Sales bei Mercedes-Benz Vans in Stuttgart

GASTVORTRAG **CHRISTOPH HEUSER | DR. ANDREJ LEVINW**

GROW IM AFTERSALES: WACHSTUM DURCH (RÜCK-)GEWINNUNG NEUER KUNDENGRUPPEN



- » Welchen Einfluss die aktuellen Trends auf den Aftersales haben
- » Wie neues Wachstum im Aftersales aussieht
- » Welche Chancen durch die Bearbeitung neuer Kundengruppen entstehen
- » Warum neue Zusammenarbeitsmodelle im Handel gefordert sind

Zur Person: Christoph Heuser ist Unternehmensberater bei BCG (Boston Consulting Group) mit Projektfokus Vertrieb und Aftersales in der Automobilindustrie

Zur Person: Dr. Andrej Levinw ist Managing Director und Partner bei BCG (Boston Consulting Group), weltweite Zusammenarbeit mit OEMs und Handelsgruppen bei Definition und Umsetzung von Verkaufsstrategien und Aufbau neuer Mobilitätsangebote

Wir freuen uns auf einen großartigen **TECHNO GIPFEL 2022**, auf die beiden **Speaker – und auf Ihre Fragen!** Die beiden Vortragsthemen werden mit Sicherheit neue und aufschlussreiche Inhalte liefern. Darum möchten wir Ihnen bereits heute die Möglichkeit bieten, Ihre Fragen zu sammeln und an uns zu schicken. **Machen Sie mit und gewinnen Sie mit etwas Glück 1 von 5 exklusiven TECHNO Hamburg-Paketen**

SENDEN SIE UNS IHRE FRAGEN:

» für Klaus Maier an km@technoeinkauf.de » für Christoph Heuser an ch@technoeinkauf.de

1 VON 5 EXKLUSIVEN TECHNO HAMBURG-PAKETEN SICHERN!

IMPULS



DR. KONRAD WESSNER BLICKT VORAUSS,
HINTERFRAGT UND KOMMENTIERT

GEHEN UNS DIE AUTOS AUS? ERGEBNISSE EINER AKTUELLEN *puls* STUDIE ZUR OPTIMIERUNG DER INZAHLUNGNAHME UND DES FAHRZEUGANKAUFES

»Nach dem verkorksten Start ins Autojahr 2022 stehen viele Automobilhändler vor der bangen Frage, ob und wann sich die Liefersituation der Neuwagen und die Verfügbarkeit der Gebrauchten wieder normalisieren. Um diesbezüglich nicht nur auf bessere Zeiten zu warten, sondern um aktiv zu werden, sollten wir uns fragen, was wir bei der Inzahlungnahme und dem aktiven Fahrzeugankauf optimieren können.

Hilfreich sind dabei zunächst unbestechliche Kennzahlen wie Quoten und ›Lost Deals‹ bei der Inzahlungnahme sowie aktiv in Eigenregie oder über Plattformen angekaufte Fahrzeuge. Bei unserer aktuellen **Befragung von 1.016 Autokäufern** zeigt sich zunächst, dass der angestammte Weg der Inzahlungnahme des bisherigen Fahrzeugs beim Händler, bei dem die Anschaffung des nächsten Fahrzeugs geplant ist, kein Selbstläufer mehr ist. Getrieben u. a. von Ankaufsplattformen entwickelt sich vielmehr ein heißer Wettbewerb um die Inzahlungnahme und den Ankauf von Fahrzeugen. **So vergleichen mittlerweile stattliche 57% der Autokäufer/-innen die Ankaufpreise zwischen den verschiedenen Wegen.**

In der Folge geben aktuell über alle Automarken hinweg nur noch kümmerliche 31% ihr bisheriges Fahrzeug beim Händler im Zuge der Anschaffung des nächsten Fahrzeugs in Zahlung.

Weil dies aber 57% erwägen, konstatieren wir unrühmliche 26 Prozentpunkte ›Lost Deals‹ bei der Inzahlungnahme durch den Markenhandel.

Dass es auch besser geht, zeigen Mercedes-Benz und BMW mit Inzahlungnahme-Quoten von 39% und 37%. Als weitere Wege wird der Verkauf des bisherigen Fahrzeugs an privat (38%), an einen anderen Markenhändler (25%), an eine Ankaufplattform (24%) und an einen freien Händler (20%) erwogen. Bei all diesen Wegen stellen wir unausgeschöpfte Potenziale und damit einen Professionalisierungsbedarf der Ankaufprozesse fest.

Wie unsere Studie weiter zeigt, legen die Kunden beim Verkauf ihrer Fahrzeuge besonderen Wert auf Transparenz, Neutralität, Schnelligkeit und Nachvollziehbarkeit der Bewertungspreise. Trotz der zu verzeichnenden ›Lost Deals‹ schlagen sich dabei Plattformen und Markenhändler besonders gut, liefern sie sich doch ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit einem nahezu gleich hohen Niveau bei der Kundenzufriedenheit mit dem Fahrzeugankauf. Ob es für die mit der Inzahlungnahme vertrauten Markenhändler ein Ruhmesblatt ist, dass sie mit den Plattformen als Quereinsteiger bei der Kundenzufriedenheit auf einem Level liegen, muss jeder selbst beurteilen. Für Plattformen spricht aus Kundensicht ganz klar die Geschwindigkeit. Wer sich also bei der Inzahlungnahme alle Zeit der Welt lässt, den bestraft der Kunde. Das schlägt sich dann auch negativ im Fahrzeugverkauf nieder, ist laut unserer Studie doch für 68% der Autokäufer/-innen die Inzahlungnahme wichtig oder sehr wichtig für die Anschaffung des nächsten Fahrzeugs. Von daher liegt es nahe, **Ankaufangebote mit Preisvorteilen für das nächste Fahrzeug zu verknüpfen** und daraus ein preislich attraktives Paket zu schnüren.

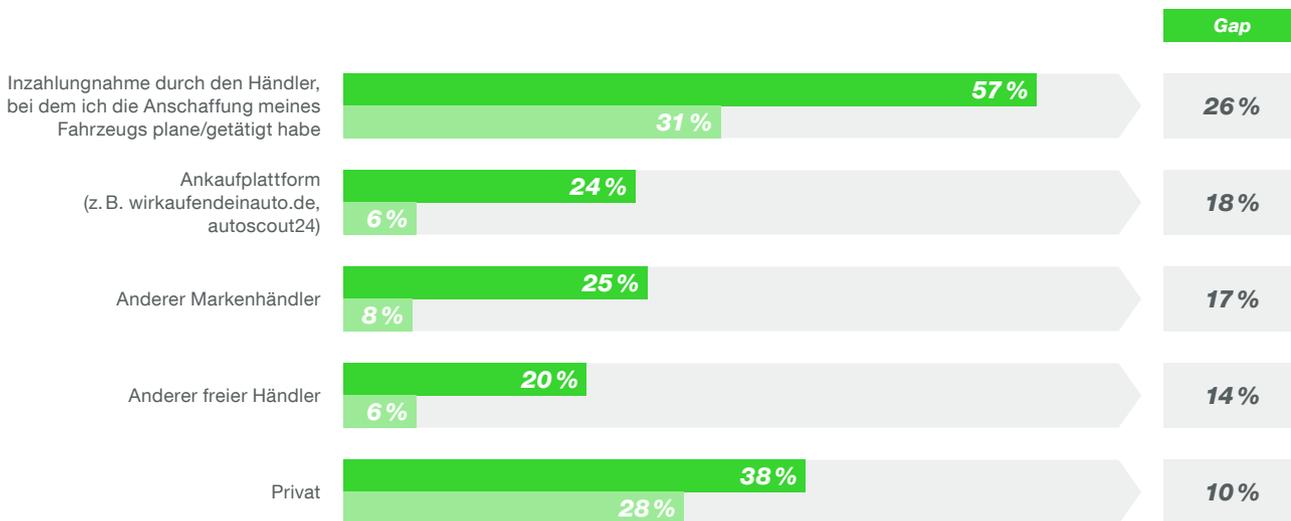
Aufgeweckte Markenhändler können dies als Chance nutzen, ihre Differenzierung als ›One-Stop-Shopping-Anlaufstelle‹ für Ankauf und Inzahlungnahme zu schärfen.

DR. KONRAD WESSNER

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



26 % »LOST DEALS« BEI DER INZAHLUNGNAHME DURCH DEN HÄNDLER. VERGLEICH DER VERKAUFSWEGE BISHERIGER FAHRZEUGE – »KOMMT IN FRAGE« VS. »GENUTZT«



■ kommt in Frage ■ genutzt

Basis: n = 545 (Intender), n = 410 (Buyer) | Differenz zu 100 % = »Sonstiges«, »Keine Angabe«
Quelle: puls Marktforschung GmbH

Neue Mobilitätsangebote für die Autonutzer/innen von Morgen

18. puls Automobilkongress am 8. September 2022

Wo? Im Dauphin Speed Event in Hersbruck (nahe Nürnberg)
Teilnahme vor Ort oder online
Vorabendveranstaltung am 7. September ab 18:00 Uhr

- Uwe Artz** (Geschäftsführer APZ GmbH)
- Anthony Bandmann** (Vorstand Vertrieb/ Market ing Volkswagen Financial Services AG)
- Prof. Hannes Brachat** (Herausgeber AUTOHAUS)
- Dr. Johannes Graßmann** (Industry Head Automotive+Automotive Retail Google DACH)
- Michael Complojer** (Industry Manager Automotive Google Germany)
- Uwe Feser** (Geschäftsführer Feser Graf Automobil Holding GmbH)
- Martin Guse** (Sprecher Geschäftsführung BDK Bank)
- Markus Gold** (Leitung Business Development Kunzmann GmbH und Ideengeber LEAD4 CAR)
- Jenny Koch** (Vorstand Koch Automobile AG)
- Axel Nordieker** (Geschäftsführer Toyota Kreditbank GmbH)
- Helmut Peter** (Geschäftsführender Gesellschafter Autohaus Peter Gruppe)
- Christian Ritter** (Geschäftsführer Torpedo Gruppe und Gründer Sell-from-home)
- Theresa Schirak** (Betriebsleitung Schirak Automobile)
- Dr. Reinhard Schmidt** (Geschäftsführer heycar Mobility Trader GmbH)
- Dr. Konrad Weßner** (Geschäftsführer puls Marktforschung GmbH)
- Sebastian Weßner** (Geschäftsführer mobility4.me GmbH)



Neue Mobilitätsbedürfnisse
Neue Strategien
Neue Mobilitätsangebote
Neue Mitbewerber
Neue Mitarbeiter/innen



PRAXIS



EIN GROSSARTIGER MESSETAG

DIE TRADITIONSMESSE ÜBERZEUGT:
T»EXPO SPEZIAL IN BAD WINDSHEIM

Die **T»EXPO SPEZIAL** in Bad Windsheim ist ein liebgewonnenes Ritual für das Messejahr unserer Autohaus-Kooperation. Unter dem Motto »REIFEN/RÄDER/AFTERSALES« trafen am 22. Juni 2022 erneut TECHNO Gesellschafter auf angereichte Lieferanten-Partner, um über die umfangreiche Produktauswahl, die Angebote und die Produktneuvorstellungen zu sprechen. Ein mehr als gelungener Messetermin, wie uns die Teilnehmer geschlossen bestätigten.

Infos zur nächsten **T»EXPO SPEZIAL 2023** in Fulda erhalten Sie von Birgit Suhr: T. 040.526 099-152.



HENI

DER WERKSTATT-PLANER

BEI UNS ERHALTEN SIE ALLES AUS EINER HAND.

Weitere Informationen erhalten Sie hier:



WE THINK AUTOMOTIVE.

Helmut Niemeyer GmbH
Walter-Freitag-Straße 9a · 42899 Remscheid
+49 2191 9558 0 · info@heni.de

Filiale Chemnitz
Bergstraße 14 · 09390 Gornsdorf
+49 3721 200 31 · info-chemnitz@heni.de

heni.de

ALLE TERMINE WEGEN CORONA
UNTER VORBEHALT!

TERMINE 2022

» **TECHNO EXPO/
TECHNO GIPFEL 2022**

27
Sept.
Hamburg

» **OFFIZIELLE TERMINE**

STRATEGIE-AUSSCHUSS:

08.11.2022 | Frankfurt am Main

AUFSICHTSRATSSITZUNG:

26.09.2022 | Hamburg

29.11.2022 | Frankfurt am Main

BERATERAUSSCHUSS:

30.–31.08.2022 | Norderstedt

15.–16.11.2022 | Norderstedt

» **TECAR INTERNATIONAL TERMINE**

TECAR SUPERVISORY BOARD MEETING:

13.12.2022 | Frankfurt am Main

**15TH TECAR INTERNATIONAL MARKET PLACE +
TECAR SHAREHOLDERS' MEETING**

07.–10.09.2022 | Mallorca

» **IMPRESSUM**

HERAUSGEBER:

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

ANZEIGENDISPOSITION:

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

KONZEPT & DESIGN:

yellowmonkey | ymnky.de

DRUCKEREI:

Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH

petex[®]
Der starke Autoausstatter

AUTOTEPPICHE / GUMMIMATTEN / SITZBEZÜGE / KINDER-
SITZE / LADUNGSSICHERUNG / RADZIERBLENDEN / ZUBEHÖR



Alle Artikel online
www.petex.de



Seit 1981
**STARKES
AUTOZUBEHÖR**

PETEX Auto-Ausstattungs-GmbH

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

OFFIZIELLER LIEFERANTEN-PARTNER
DEUTSCHLANDS GRÖSSTER AUTOHAUS-KOOPERATION

TECHNO^T
DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

LIEFERANTEN-PARTNER SEIT ÜBER 35 JAHREN

Einfach anziehend!

Ihr Auktionspartner für's Remarketing



Liefen Sie da ein, wo ganz Europa auf Ihre Fahrzeuge wartet

Bei Autobid.de sind Sie in verlockend guter Gesellschaft!
Hier liefern Hersteller, Handel, Banken und Flottenbetreiber
Fahrzeuge zur gewinnbringenden Vermarktung ein.
Anziehend finden dieses Angebot mehr als 25.000 bei uns
registrierte Händler aus ganz Europa.

Wann sprechen wir über Ihre Fahrzeuge?

Lassen Sie sich jetzt ausführlich beraten:

+49 611 44796-55 oder autobid@auktion-markt.de



Entdecken Sie die Vielfalt der Auktion & Markt AG

