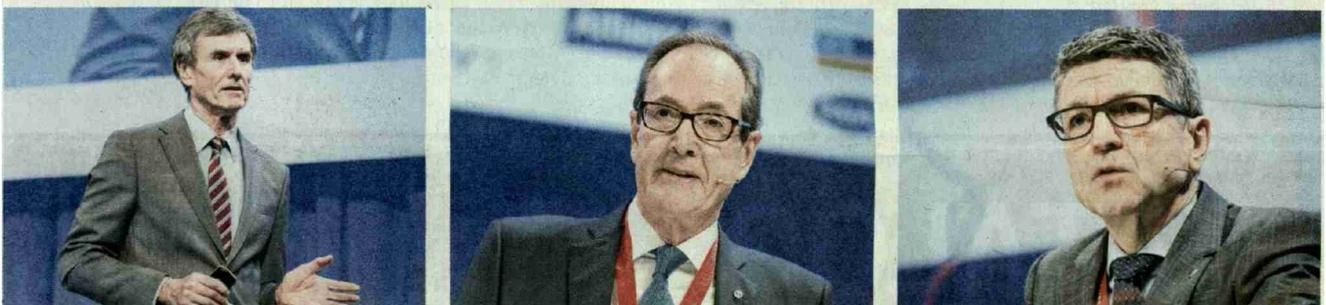




DATEN WERDEN IMMER WICHTIGER

Garagisten und Hersteller: Kampf um den gläsernen Kunden.



**Der vollbesetzte
Kursaal in Bern,
die Referenten:
Ferdinand Duden-
höffer, Urs Wernli,
Peter Goetschi
(von links).**

© PeterFuchs/AGVS



Der Tag der Garagisten war auch dieses Jahr ein voller Erfolg. 800 Gäste strömten zu diesem Anlass in den Kursaal nach Bern. Urs Wernli, Zentralpräsident des Schweizer Auto Gewerbe Verbands (AGVS), meinte gleich zu Beginn seines Referats: «Unsere Branche steht vor dem wahrscheinlich tiefgreifendsten Wandel ihrer Geschichte.»

Das Stichwort heisse Digitalisierung. Diese basiere vor allem auf Daten über Kunden und über deren Fahrzeuge – und der Arbeit damit. Der freie und uneingeschränkte Zugang zu Fahrzeugdaten sei für den Garagisten von existenzieller Bedeutung, fügte der AGVS-Chef hinzu. Fahrzeugdaten seien Voraussetzung, damit der Garagist allfällige Mängel oder Fehlfunktionen korrekt feststellen, Reparaturen fachgerecht vornehmen und dadurch die Sicherheit seiner Kunden auf den Strassen bestmöglich gewährleisten könne.

Viele Hersteller würden den Zugang zu diesen Daten einschränken. Wenn Hersteller die Konnektivität (die Vernetzung) dazu nutzten, die Markenwerkstätten zu bevorzugen und den Umsatz mit Originalteilen anzukurbeln, erhöhten sie die Abhängigkeit der Reparaturbetriebe. «Das behindert aus unserer Sicht den freien Wettbewerb», erklärte Wernli. Werde ein Unternehmen von wesentlichen Daten ausgeschlossen, könne dieses einen existenzbedrohenden Wettbewerbsnachteil erleiden. Eine Behinderung des Datenzugriffs sei nicht im Interesse der Automobilisten und somit auch nicht im Interesse der Hersteller und der Garagisten. «Kein Hersteller wird je so nah sein beim Kunden wie der Garagist», betonte der AGVS-Zentralpräsident.

Die Folgen des Wandels

Jean-Charles Herrenschmidt, Präsident des europäischen Kraftfahrzeugverbands Cecra, und Gerhard Schürmann, CEO der Emil Frey AG, stellten sich anschliessend einer engagierten Diskussion über die Folgen des Wandels. Dabei geht es um die Digitalisierung. Herrenschmidt erklärte,

man setze sich ein für die Konsumenten. Ziel sei die Schaffung einer neutralen europäischen Plattform, um die Fahrzeug- und Kundendaten zu analysieren. Zudem betreibe die Cecra auch Lobbyarbeit in Brüssel. Zentral sei die Freiheit des Konsumenten. Daher sei eine beliebige Verteilung der Fahrzeugdaten nicht im Interesse der Konsumenten.

Im Kampf um die Kundendaten arbeitet Cecra mit Konsumenten- sowie mit amerikanischen und chinesischen Partnerverbänden zusammen. Schliesslich müsse die Kundenbeziehung immer wieder entwickelt und verbessert werden, hielt Herrenschmidt fest. Schürmann seinerseits bemerkte: «Wir versuchen, unsere Daten zu schützen und wollen sie nicht alle dem Hersteller übergeben». Die Ideen für Digitalisierungsprojekte kämen, so Schürmann, aus den Betrieben und nicht aus der Zentrale und würden stets von Neuem getestet. Schürmann unterstrich, dass sein Unternehmen noch mehr in die Ausbildung investieren müsse. Für die Digitalisierung sei das sehr wichtig, speziell wenn die autonomen Fahrzeuge eines Tages kämen.

«Auto-Papst» Ferdinand Dudenhöffer, Professor an der Universität Duisburg-Essen (D), machte auf die grossen Herausforderungen aufmerksam, denen sich die Automobilbranche zu stellen habe. So gründete der Automobilkonzern Volkswagen Moia. Dieses eigenständige Unternehmen im VW-Konzern versteht sich als Mobilitätsdienstleister und entwickelt umfassende On-Demand-Mobilitätsangebote wie Ridehailing (to hail=rufen) und Ridepooling-Services. Solche Dienstleistungen sollen das Leben der Menschen in urbanen Räumen angenehmer machen. Nach Dudenhöffer wird das Netz für autonome Fahrzeuge im Zukunft immer grösser.

Bald Verkauf ab Internet

Des Weiteren verwies er etwa auf Lynk & Co., die zum chinesischen Konzern Geely gehört, der sich schon Volvo einverleibt hatte. Die Fahrzeuge von Lynk & Co.

sollen auf den meisten Märkten über ein Direktvertriebsmodell verkauft werden. Im Gegensatz zu vielen anderen Marken, bei denen die Fahrzeuge über Autohäuser vertrieben werden, spart sich das Unternehmen so diesen logistischen Aufwand, indem die Fahrzeugbestellung über das Internet erfolgt. Der Marktstart für Europa und die Vereinigten Staaten ist für Ende 2019 geplant. Gebaut werden die Lynk-&Co.-Modelle in China.

Es bestehe kein Zweifel, dass Elektromobilität, autonomes Fahren und Sharing Economy die Anpassungsfähigkeit der Schweizer Garagisten in den nächsten Jahren vor grosse Herausforderungen stellen werde. Trotzdem sieht Dudenhöffer die Zukunft für die Garagisten nicht allzu schwarz. Die Veränderungen würden kommen, aber es bleibe ihnen noch Zeit, sich vernünftig darauf einzustellen, machte er den Garagisten Mut, denn der Bedarf an individueller Mobilität werde sich nicht ändern.

Kundenkontakt bleibt wichtig

Für den TCS-Zentralpräsidenten Peter Goetschi bleibt auch in Zukunft der Garagist die wichtigste Ansprechperson. Die Erwartungen der Kunden und ihre Bedürfnisse seien je nach Kunde ganz verschieden. Umso wichtiger sei es für den Garagisten, dies zu erkennen. Der Kunde will von ihm ernst genommen werden mit seinen Anliegen. Natürlich brauche der Garagist möglichst viele Daten vom Kunden, um ihn gut bedienen zu können. Doch Daten allein reichten nicht. Der persönliche Kontakt sei durch nichts zu ersetzen. «Das Auto hat Zukunft, in welcher Form auch immer», so Goetschi.

Auch Bettina Schmid, Geschäftsführerin des gleichnamigen Familienbetriebs in Reinach BL grenzte sich gegenüber Dudenhöffer ab und unterstrich wie Goetschi, dass der persönliche Kundenkontakt wichtig sei und es auch bleiben werde. Die Garage mit rund 30 Mitarbeitern verfügt über eine grosse Erfahrung mit E-Fahrzeugen der Marke Mitsubishi.

Doch auch Schmid verneinte nicht, dass die Digitalisierung die Arbeit in der



Werkstatt verändere. So würden heute Originalwerkzeuge vermehrt geleast und weniger gekauft. Auch nehme die Reparatur von Fahrzeugen mit digitalen Eigenschaften wie Assistenzsysteme laufend zu und sei schwieriger geworden. Zudem kämen heute viele Anfragen per E-Mail, auf die man rasch reagieren müsse. Aber der persönliche Kontakt bleibe weiterhin unverzichtbar, gab sich Schmid überzeugt.

Luzi Thomann, Nutzfahrzeugunternehmer aus Schmerikon ZH zeigte, wie Innovation heute aussehen kann. Die 1995 gegründete Firma zählt bereits 250 Mitarbeiter und arbeitet im Schichtbetrieb. So gibt es 40 verschiedene Arbeitszeitmodelle. Die Infrastruktur werde während 24 Stunden genutzt. Da die Zeit, in der das Nutzfahrzeug nicht fährt, den Lastwagenhalter Geld kostet, wird rund um die Uhr gearbeitet.

Digitale Bildung verbessern

Ebenfalls spannend war der Vortrag von Pierre Dillenbourg, Professor an der EPF Lausanne. Er forderte ein Umdenken in der Ausbildung, denn heute werde Wissen vermittelt, das der Vergangenheit angehöre.

Die Lernenden von heute würden um das Jahr 2065 in Rente gehen, doch wie das Auto dannzumal aussehen werde, wisse niemand. Das bedeute, man bilde für eine unbekannte Zukunft aus. Es sei wichtig, dass die heutigen Lernenden die Konzepte der zukünftigen Systeme verstünden, sie müssten aber deshalb nicht programmieren können. Überdies sei es wichtig, die Technologien am Arbeitsplatz sinnvoll einzusetzen und sie nicht zu verbieten. Auch das Smartphone könne für die Lehdokumentation genutzt werden. Mit einem Wort: Man müsse die digitale Bildung besser machen, erklärte Dillenbourg.

Insgesamt sind auf Schweizer Strassen rund 6 Mio. Motorfahrzeuge unterwegs. 2017 wurden über 314 000 neue Personenwagen zugelassen. Damit lag man zum siebten Mal in Folge über der Grenze von 300 000 Neuzulassungen. Auch die Prognosen liegen jenseits dieser Marke. Trotzdem bleibt die Lage für das Autogewerbe angespannt. Der Margendruck ist hoch, der Investitionszwang ebenso wie auch die Abhängigkeit von Herstellern und Importeuren. **AO**