



Hauptausgabe

Jungfrau Zeitung
3600 Thun
033/ 826 01 01
www.jungfrauzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 1'930
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

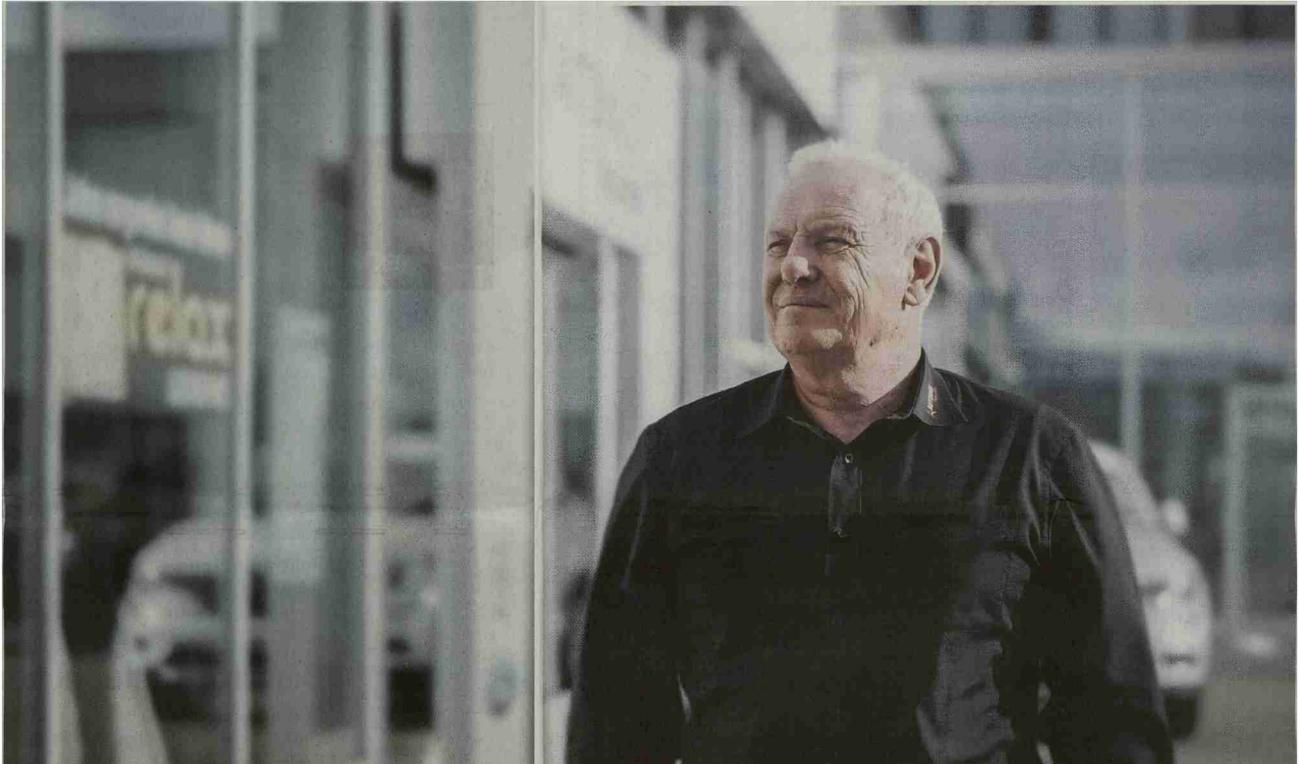
Seite: 2
Fläche: 254'722 mm²

Auftrag: 641036
Themen-Nr.: 641.036

Referenz: 72825831
Ausschnitt Seite: 1/6

«Wir müssen uns die Frage stellen, ob wir auf dem richtigen Weg sind»

Im Vorfeld zur Autovision Thun blickt der Steffisburger Kurt Aeschlimann in die Geschichte zurück, richtet seinen kritischen und optimistischen Blick aber auch auf eine Zukunft, in der wir näher zusammenrücken sollten. Der geistige Vater der Automobilausstellung in Thun leitet die Autohaus Thun-Nord AG und war in diversen Branchen verbänden aktiv.



Wenn Kurt Aeschlimann vom Autohaus Thun-Nord AG sich die 16 Jahre «Autovision Thun» vor Augen führt, ist er überzeugt, dass

Solidarität heute und künftig noch wichtiger ist als damals, als er die gemeinsame Ausstellung initiierte.

Foto: Patrick Schmed

von Patrick Schmed

STEFFISBURG/THUN Kurt Aeschlimann ist und war in der Automobilbranche weit über die Region hinaus aktiv. Als Zentralvorstandsmitglied des AGVS Schweiz, als Präsident der AGVS Sektion Kanton Bern sowie der Untersektion Berner Oberland war er fast 20 Jahre für die Branche tätig. Er leitet die Autohaus Thun-Nord AG in Steffisburg, einen Familienbetrieb mit

WOCHEN
INTERVIEW

21 Mitarbeitenden und den Marken Ford, Renault und Dacia für die Region Thun. Mit der Initiative für die «Autovision Thun» wollte er die Solidarität

unter den Garagenbetrieben fördern. Wieso er gemeinsame Stärken heute nötiger denn je findet, erzählt Kurt Aeschlimann im Interview.

Vor 16 Jahren wurde die erste Autovision auf dem Areal der Thun-Expo ausgetragen. Was war der Antrieb für die Autoausstellung?

Kurt Aeschlimann: Wir fragten uns damals, wieso jeder Betrieb eine eigene Ausstellung organisieren soll. Für

Es ist kein Geheimnis, dass bei uns in der Schweiz und in Europa ein starker Verdrängungswettbewerb herrscht

Die Hersteller verlangen immer mehr Informationen und Daten von uns



Hauptausgabe

Jungfrau Zeitung
3600 Thun
033/ 826 01 01
www.jungfrauzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 1'930
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Seite: 2
Fläche: 254'722 mm²

Auftrag: 641036
Themen-Nr.: 641.036

Referenz: 72825831
Ausschnitt Seite: 2/6

die Kunden wäre es doch viel spannender, sämtliche Neuheiten der unterschiedlichen Marken auf einmal sehen zu können, sozusagen an einem «Mini-Autosalon» und dies am Wochenende nach dem grossen Genfer Autosalon. Dies war der Start der Autovision in der Thun Expo.

Wenige Jahre nach der Lancierung gingen die Ausstellungen wieder in die einzelnen Garagen zurück. Wieso das?

In der Thun-Expo hatten wir nur ein beschränktes Platzangebot zur Verfügung. In den eigenen Showrooms kann die gesamte Modellpalette präsentiert werden. Dazu kommt, dass in der Garage die notwendigen Infrastrukturen für Beratungs- und Verkaufsgespräch vorhanden sind und gleich auch ein Eintauchtest gemacht werden kann.

Wie beurteilen Sie die Autovision heute?

Ich, wie sicher auch die anderen Teilnehmenden, finden die gemeinsame Ausstellung nach wie vor eine gute Sache. Im letzten Jahr starteten wir die Autovision am Donnerstagabend mit Energie Thun auf dem Rathausplatz, wo jede teilnehmende Garage ein Fahrzeug präsentieren konnte. Die erfolgreiche Aktion wird übrigens dieses Jahr wieder durchgeführt.

Dabei hat Ihre Garage einen Showroom mit fast tausend Quadratmetern Fläche ...

Die Vorgaben machen die Hersteller und Importeure, die Kosten der Gestaltung gehen meistens zulasten der Garagisten. Das sind teure Flächen, denen heute kaum mehr eine Rendite gegenübersteht. Die Hersteller und Importeure sparen sich dafür die Teilnahme an den grossen Automessen.

Sie würden also auch andere Formen ausserhalb der Betriebe bevorzugen?

Ja, wir müssten viel aktiver dorthin, wo unsere Kunden sind. Deshalb empfand ich auch den Auftritt der Garagisten bei der Eröffnung des Schlossberg Parkings als perfekten Anlass. Ich könnte mir auch einen «Auto-Kreis» vorstellen wie

derjenige der Energie Thun. Oder einen gemeinsamen Verkaufsraum in der Innenstadt oder in einem Einkaufszentrum, wo wöchentlich ein anderes Fahrzeug präsentiert werden kann.

Sie haben erwähnt, dass im Garagengewerbe kaum mehr Rendite erwirtschaftet werden kann.

Wenn man alle Kosten korrekt rechnet, wird es schwierig, mit den geringen Margen aus dem Autoverkauf Gewinne zu realisieren.

Die Auflagen und Anforderungen der Hersteller in die Markenwelt und Digitalisierung ist sehr anspruchsvoll. So wird es künftig nur noch über Volumen, Effizienz, Synergien und einer top Dienstleistung möglich sein, eine betriebsnotwendige Rendite erwirtschaften zu können.

Geringe Margen bedingen, dass sehr viele Fahrzeuge in Umlaufgebracht werden müssen. Ist dies heute noch realistisch, die Strassen und Parkplätze sind ja an vielen Orten überfüllt?

Es ist kein Geheimnis, dass bei uns in der Schweiz und in Europa ein starker Verdrängungswettbewerb herrscht.

Könnte man sagen, dass dieser die Solidarität unter den Garagenbetrieben erschwert?

Die Herausforderung ist, gleichzeitig Konkurrenten wie Partner zu sein. Wenn wir die Effizienz steigern wollen, müssen wir dies gemeinsam tun. Dies ist einer der Grundge-



Hauptausgabe

Jungfrau Zeitung
3600 Thun
033/ 826 01 01
www.jungfrauzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 1'930
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Seite: 2
Fläche: 254'722 mm²

Auftrag: 641036
Themen-Nr.: 641.036

Referenz: 72825831
Ausschnitt Seite: 3/6

danken der «Autovision Thun».

Die Effizienz wird also zu einem zentralen Faktor für einen erfolgreichen Garagenbetrieb. Richtig, weil die Margen im Verkauf stetig sinken, die Produzenten hingegen Mehrleistungen wie Gratis-Winterräder dazuge-

ben, sind die Garagenbetriebe gezwungen, die Gewinne mit den Dienstleistungen, vor allem im Werkstattbetrieb, zu realisieren. Dies bedeutet, dass die Effizienz und die Prozesskompetenz gesteigert werden muss.

Wie kann dies konkret geschehen?

Unter anderem, indem der administrative Aufwand verringert wird und die Arbeitsprozesse laufend optimiert werden. Aber auch eine gemeinsam Autovision kann zu einer Kostenreduktion führen.

Helpen da die Autoproduzenten nicht mit?

Im Gegenteil. Die Hersteller verlangen immer mehr Informationen und Daten von uns. Dazu kommt, dass gewisse Abläufe einfach veraltet sind, wie beispielsweise beim Radwechsel, der seit Jahrzehnten gleich funktioniert. Könnte man hier bei jedem Radwechsel ein paar Minuten einsparen, liesse sich übers Jahr gesehen viel Zeit sparen. Grundsätzlich ist aber jeder Betrieb selbst für seine Effizienzsteigerung verantwortlich.

Sie sprechen hier vor allem von Renault, dessen Marke Sie im Raum Thun vertreten.

Die Problematik gilt für alle Marken. Vor allem deshalb, weil viele Bestandteile von den gleichen Herstellern stammen und in diverse Fahrzeugmarken und Modelle verbaut werden – sogar über die Kooperationen hinaus, die eh schon bestehen.

Inwiefern ist die Schweiz hier ein Sonderfall?

Wir sind das Land der Allradfahrzeuge mit einem Marktanteil von knapp 50 Prozent. Eine Tatsache, die nicht unbedingt dazu beiträgt, die CO₂-Ziele zu erreichen. Auch die Motorisierung mit einem hohen Marktanteil an Premium Marken ist in der Schweiz höher als im EU-Durchschnitt.

Also nichts von Billigwagen oder alternative Antriebsformen?

Der elektrische Antrieb gewinnt zunehmend an Marktanteilen und das über alle Fahrzeugklassen. Mit dem Renault Zoë führen wir den meistverkauften Mittelklassewagen mit Elektroantrieb im Sortiment.

Also liegt die Zukunft der Garagen in der Elektromobilität?

Nicht unbedingt, denn diese Fahrzeuge brauchen in der Regel weniger Wartung – also gehen die Umsätze und Gewinne in der Werkstatt eher zurück.

Wieso das?

Weil zum Beispiel durch die Rekuperation die Bremsen weniger abgenutzt und somit weniger oft ersetzt werden müssen, ein Elektrofahrzeug kein Motorenöl mehr benötigt und

ein Elektromotor viel weniger Verschleiss-teile hat als ein Verbrennungsmotor. Wo bei ich es eh problematisch finde, wenn eine Branche mehrheitlich von der Wartung leben muss – damit sind kaum die gleichen Emotionen verbunden wie mit dem Kauf.

Sie malen da ein eher düsteres Bild für die Zukunft der Automobilität.

Nein. Ich bin kritisch, aber auch realistisch. Wir müssen uns heute die Frage stellen, ob wir auf dem



Hauptausgabe

Jungfrau Zeitung
3600 Thun
033/ 826 01 01
www.jungfrauzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 1'930
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Seite: 2
Fläche: 254'722 mm²

Auftrag: 641036
Themen-Nr.: 641.036

Referenz: 72825831
Ausschnitt Seite: 4/6

richtigen Weg sind. Die Individuelle Mobilität wird es nach wie vor geben ... – aber vielleicht ein bisschen anders als bisher. Die Strasse ist der Spiegel unserer Wirtschaft. Wir müssen uns vielleicht in Zukunft mehr als Mobilitätsdienstleister positionieren.

Es braucht folglich auch neue Geschäftsmodelle?
Richtig, Car-Sharing ist das eine, sein Auto mieten oder eine Kombination mit dem ÖV ist das andere. Da müssen wir offen sein und auch selbst – unabhängig von den Herstellern – Innovationen vorantreiben. Auch das geht gemeinsam besser als alleine.

Sie glauben also an den Standort Thun und Umgebung?

Ja. Wie gesagt, ich bin kritisch, aber auch optimistisch. Ich bin in der glücklichen Lage, dass ich den Betrieb an meinen Sohn Tim übergeben kann. Seine Herausforderung wird es sein, die neuen Wege in die Zukunft zu finden.

Was werden Sie ihm als Empfehlung mitgeben?

Das, was mit der Autovision vor 16 Jahren begann, weiterzuführen und zu verstärken. Ich werde ihm nahelegen, noch viel stärker nach Kooperationen zu suchen. Kürzlich habe ich den Artikel über die Hotelkooperation Frutigland gelesen – auch wir Garagisten kämen mit einer gemeinsamen Einkaufs-, Marketing- und Beratungsplattform gemeinsam weiter, davon bin ich überzeugt. Teilweise haben wir diese ja schon mit der ESA, der Einkaufsorganisation des Schweizerischen Auto- und Motorfahrzeuggewerbes.

Welche Vision haben Sie vor Augen, wenn Sie in die Zukunft blicken?

Nicht nur ein Wochenende gemeinsam zu organisieren, sondern einen gemeinsamen Showroom – am liebsten dort, wo unsere zukünftigen Kunden sind.

Nr. 172014, online seit: 12. März – 07.00 Uhr

Bild: Ist die Zukunft des Autobaus Hybrid, Elektrisch oder noch alternativer? – für die Garagen ist diese Frage entscheidend.





Hauptausgabe

Jungfrau Zeitung
3600 Thun
033/ 826 01 01
www.jungfrauzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 1'930
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Seite: 2
Fläche: 254'722 mm²

Auftrag: 641036
Themen-Nr.: 641.036

Referenz: 72825831
Ausschnitt Seite: 5/6

16. Autovision Thun 2019

Am Samstag und Sonntag, 23. und 24. März,
von 10.00 bis 17.00 Uhr

- AMAG Thun (VW, Skoda, Audi, Seat, VW Nutzfahrzeuge)
- Auto Bettschen AG Thun-Steffisburg (Opel, Suzuki)
- Auto Bettschen AG Steffisburg-Heimberg (Mazda, Citroën)
- Auto Marti AG - Thun (BMW, MINI)
- Auto Tempel AG Thun-Allmendingen (Toyota, Lexus)
- Auto Werthmüller AG Thun-Allmendingen (Peugeot)
- Autohaus Thun-Nord AG Steffisburg (Renault, Dacia, Ford)
- BELWAG Thun-Dürrenast (Mazda, Chevrolet, Cadillac)
- Bohny Automobile AG Steffisburg (Volvo)
- Centralgarage AG Thun-Steffisburg (Jeep, Subaru)
- Freund & Brönnimann AG Thun
(Hyundai, BMW/MINI Spezialist)
- Garage Bärffuss AG Thun (Fiat, Fiat Professional)
- Garage Pieren AG Thierachern (Nissan)
- Mercedes-Benz Automobil AG Thun
(Mercedes-Benz, smart)

Weitere Informationen: www.autovisionthun.ch

Jungfrau Zeitung



Hauptausgabe

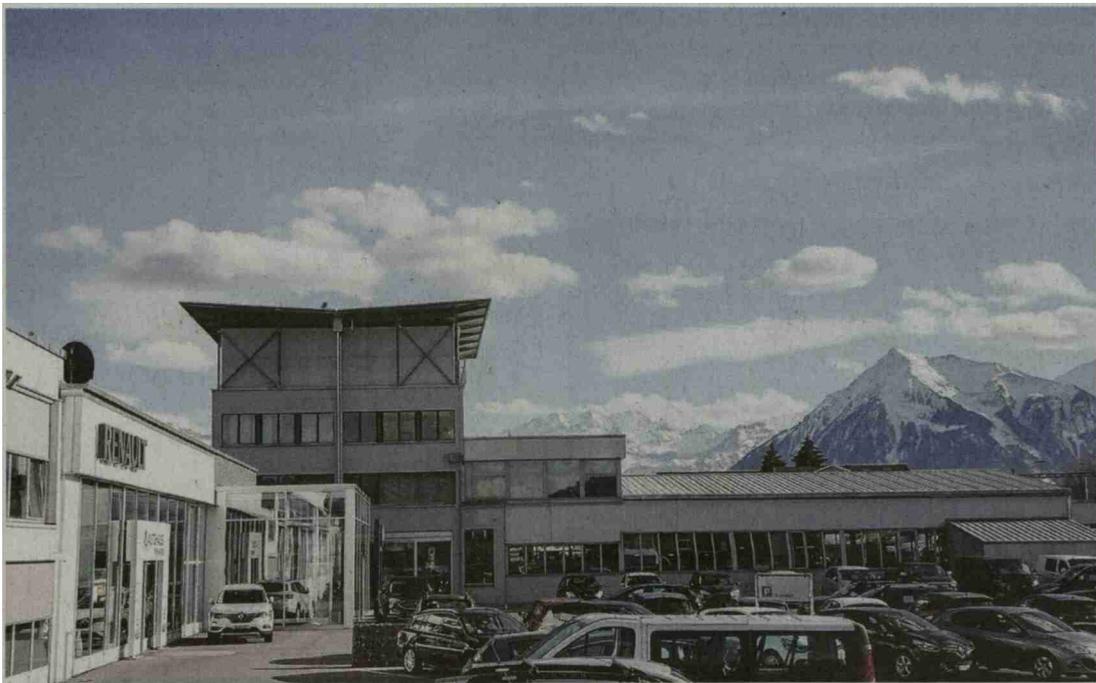
Jungfrau Zeitung
3600 Thun
033/ 826 01 01
www.jungfrauzeitung.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 1'930
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Seite: 2
Fläche: 254'722 mm²

Auftrag: 641036
Themen-Nr.: 641.036

Referenz: 72825831
Ausschnitt Seite: 6/6



Zwischen Bergen und dem Flachland – die Autohaus Thun-Nord AG vertritt unter anderem Renault als Lokalhändler.

