

**04**

88. JAHRGANG

**2015**

# **AUTO INSIDE**

Offizielles Organ Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)

> **Wie Garagisten den Auto-Salon Genf nutzen können**

Seiten 12-13

> **Besuch im Reich der Garagisten**

Seiten 15-24

> **Mit dem AEC wurden bereits 10 000 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart**

Seiten 30-32

# **RDKS – ALLES AUS EINER HAND**

**EZ-Sensor · Programmier- und Diagnosegerät iQ50 ·  
Spezialwerkzeug-Set · Online-Training**  
[www.wuerth-ag.ch/rdks](http://www.wuerth-ag.ch/rdks)

 **WÜRTH**



**Würth AG**  
4144 Arlesheim  
T 061 705 91 11  
[info@wuerth-ag.ch](mailto:info@wuerth-ag.ch)  
[www.wuerth-ag.ch](http://www.wuerth-ag.ch)

Video: RDKS von Würth  
[www.youtube.com/wuerthag](http://www.youtube.com/wuerthag)

# Liebe auf den ersten Check

## Der neue mega macs 56



Nur während der Euro-Bonus-Wochen\*:  
**15% Nachlass auf mega macs 56**  
Gleich zugreifen

Da wird nicht lange gefackelt – unser erster kompakter Multi-markentester begeistert mit dem riesigen Leistungsumfang der Oberklasse. Fehlercodes und Messdaten werden durch das Echtzeit-Reparaturkonzept blitzschnell in klare Reparaturanweisungen umgewandelt. So können Sie schneller arbeiten und Ihre Aufträge werden im Handumdrehen profitabler. In Deutschland ist die neue Kompaktklasse-Diagnose mit

Oberklasse-Leistungsumfang bereits heiss begehrt: Die Leser der Krafthand haben unseren kleinen Grossen mit dem ersten Platz beim Krafthand Technologie-Award 2014 belohnt. Und auch Sie werden Ihn lieben – überzeugen Sie sich selbst. Alle Informationen zum Siegertyp mega macs 56 erhalten Sie direkt bei Hella Gutmann, bei unserem Vertriebspartner Technomag und unter [www.hella-gutmann.com](http://www.hella-gutmann.com)

Tel.: 041-6304560

E-Mail: [swiss@hella-gutmann.com](mailto:swiss@hella-gutmann.com)

Ihr Hella Gutmann Vertriebspartner:



\* Rabattaktion gilt ausschliesslich in der Schweiz. Aktion endet am 30.04.2015.



**GUTMANN**

S O L U T I O N S



# April 2015

- > Editorial** 5
  - Auto-Salon zeigt Innovationskraft und weckt Interesse
- > Kurz notiert** 6
- > Auto-Salon**
  - «Die weltweit schönste und kompakteste Autoshow» – Urs Wernli über den 85. Auto-Salon Genf und den Stand des AGVS 8
  - Wie Garagisten den Schwung von Genf nutzen 12
  - Halle 7: Das Reich der Garagisten 15
  - Wie die Reifenhersteller ihre Neuheiten präsentierten 22
  - Michelin lanciert mit dem CrossClimate eine Weltneuheit 25
- > Management und Recht** 26
  - Preisbekanntgabe im Autogewerbe 26
  - Schreckgespenst Verrechnungssteuer 27
- > Werkstatt und Kundendienst** 28
  - Wissenswertes rund um den Reifen 28
  - Der AEC-Garagenbetrieb des Monats 29
  - Mit dem AEC wurden bereits 10000 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart 30
- > Dienstleistungen** 33
  - SWICA unterstützt die Versicherten in der Förderung der Gesundheit 33
  - Kollektive Heilungskostenversicherung der CSS 34
  - Das Online-Kreationstool für Postkartenmailings der Post 35
  - AutoScout24 mit optimiertem Auftritt und neuen Features 36
  - Stieger auf dem Tablet präsentiert 38
  - Neue AGVS-Ausbildung «Fahrzeugrestaurator» 38
  - ESA lanciert weitere digitale Highlights 39
- > Beruf und Karriere** 40
  - Business Academy 40
  - Umsetzung der gesetzlich vorgeschriebenen EKAS Richtlinien 6508 41
- > Garagenwelt** 42
- > Impressum** 43



## 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](http://www.aws.ch)  
 e-mail: [architekten@aws.ch](mailto:architekten@aws.ch)



# Einladung zur ordentlichen Generalversammlung

Mittwoch | 20. Mai 2015 | Kursaal Interlaken

## Traktandenliste für die ESA-Generalversammlung ab 15.00 Uhr

1. Eröffnung der Generalversammlung durch den Präsidenten
2. Ehrung der verstorbenen Mitinhaber
3. Protokoll der Generalversammlung vom 22. Mai 2014
4. Jahresbericht und Jahresrechnung 2014
5. Verwendung des Jahresergebnisses
  - 5.1 Bericht der Revisionsstelle zum Geschäftsjahr 2014
  - 5.2 Beschlussfassung über die Verwendung des Reingewinnes gemäss Art. 14 und 27 der ESA-Statuten
  - 5.3 Décharge-Erteilung an die verantwortlichen Organe
6. Mutationen
  - 6.1. Demissionen
  - 6.2. Wahlen in den Vorstand
  - 6.3. Wahl der Revisionsstelle für das Jahr 2015
7. Beschlussfassung über eingereichte Anträge gemäss Art. 15 der ESA-Statuten
8. Varia

## Tagesprogramm ab 13.30 Uhr

- |              |  |
|--------------|--|
| Ab 13.30 Uhr | Eintreffen der Mitinhaber und Gäste im neuen Kursaal Interlaken. Kaffee und Gebäck werden serviert |
| 15.00 Uhr    | Beginn der Generalversammlung im neuen Kursaal gemäss Traktandenliste                              |
| Ab 17.30 Uhr | Apéro im Foyer des neuen Kurssaals oder im Kursaal-Garten (je nach Witterung)                      |
| 18.30 Uhr    | Beginn Nachtessen  |
| 21.30 Uhr    | Schluss der Veranstaltung  |

Traktanden unter Vorbehalt der Genehmigung an der ESA-Vorstandssitzung vom 9. April 2015.

## Grenzerfahrungen mit Thomas Ulrich

Geniessen Sie den spannenden Vortrag vom Abenteurer, Bergführer, Polarfahrer, Fotograf und Kameramann Thomas Ulrich



# Auto-Salon zeigt Innovationskraft und weckt Interesse

Liebe Leserin, lieber Leser

■ Die gute Stimmung prägte den just hinter uns liegenden Auto-Salon. Ein Feuerwerk an Neuheiten und Innovationen zeigte die Autobranche in guter Verfassung. Wiederum war das Interesse der Weltpresse und des Publikums sehr gross. Auch Bundesrätin Doris Leuthard zeigte sich an der Eröffnung des Genfer Salons von der Innovationskraft der Automobilindustrie – und von der wohl schönsten Autoausstellung der Welt – beeindruckt. Die Neuwageneinlösungen stiegen im Februar nach einem harzigen Jahresstart markant an, so dass sie kumuliert nur noch knapp hinter dem Vorjahr liegen. Branchenstimmen gaben aber trotz dieser positiven Zahlen ein differenzierteres Bild über den Verlauf der Geschäfte im Autogewerbe ab.

Wie ich vermutete habe, «motivieren» die massiven Aktionen und Preisabschläge im Nachgang der Frankenstärke viele Autofahrerinnen und Autofahrer wie auch Flottenbesitzer zum Neuwagenkauf. Der Auftragseingang wird von vielen Händlern als hervorragend eingestuft. Weniger euphorisch sind vielfach die dabei erzielten Margen. Die massiv tieferen Werte bei den Occasionen und Lagerfahrzeugen belasten unmittelbar die Liquidität und ziehen die Renditen weiter nach unten. Dies wird zunehmend auch durch die Leasingrückläufer verstärkt – aktuell aus der ersten «Eurokrise» im 2011.

Infolge der immer länger werdenden Serviceintervalle kommt auch das Werkstattgeschäft zunehmend unter Druck. Hinzu kommt in diesem Geschäftszweig, insbesondere in Grenzregionen, die Konkurrenz im einfach erreichbaren Ausland. Ich spürte aber doch bei vielen Besucherin-



nen und Besuchern an unserem gut frequentierten Stand eine zuversichtliche Grundstimmung. Dies hat sicher auch damit zu tun, dass die individuelle motorisierte Mobilität weiterhin sehr gefragt bleiben wird und sich dadurch für unser Autogewerbe viele Chancen auftun.

Sie können versichert sein, dass wir die am Auto-Salon wiederum gewonnenen Erkenntnisse rasch in unseren verschiedenen Gremien vertiefter thematisieren und gemeinsam versuchen werden, die Chancen zu Ihrem Vorteil zu nutzen. Die nächsten Monate werden vielfache Gelegenheiten bieten, anlässlich der zahlreichen Zusammenkünfte in den Sektionen, bei den regionalen Präsidentsitzungen, bei Sitzungen der Chargenträger und an der Delegiertenversammlung den aktiven Austausch zu den anstehenden Veränderungen und Herausforderungen in der Autobranche zu suchen.

Ich freue mich, möglichst viele von Ihnen bei diesen Zusammenkünften begrüssen zu können und mit Ihnen den Dialog zu führen.

Zeitgleich mit dem Frühlingserwachen und seinen wärmenden Sonnenstrahlen finden auch die unzähligen Neuwagenausstellungen statt. Ich wünsche Ihnen dafür viele auto begeisterte Besucherinnen und Besucher sowie gute Geschäfte.

Herzliche Grüsse

Urs Wernli  
Zentralpräsident

## Top-Sommerreifen für jeden Anspruch

PROFI PNEU

[www.profipneu.ch](http://www.profipneu.ch)

sicher und zuverlässig: heute bestellen und morgen da!

Generalimporteur: Profi Pneu AG, 4553 Subingen  
Tel. 032 626 55 55, [info@profipneu.ch](mailto:info@profipneu.ch)

petlas®

MAXXIS

NOVEX



### Strategische Kooperation im Reifenhandel

Zwei stark verankerte Dienstleister im Schweizer Reifenhandel und im Auto-Service gehen eine strategische Kooperation ein und erweitern das gemeinsame Angebot mit einem Autoglas-Spezialisten. Adam Touring GmbH, Pneu Egger AG und R. Swiss Glass SA arbeiten ab sofort enger zusammen. Das flächendeckende Netzwerk der drei Unternehmen umfasst künftig über 80 Standorte in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. <

### Neuer Scania an die Firma J. Senn AG in Döttingen

Über ein Jahr nach der Bestellung konnte die J. Senn AG aus Döttingen ihr neues Abschlepp- und Bergungsfahrzeug in Betrieb nehmen. Inhaber Josef Senn wählte einen neuen Scania R730 LB 8x4 als Träger-



Der neue Scania der J. Senn AG.

fahrzeug für seinen neuen Abschlepper. Mit der Firma EMPL in Österreich fand er einen Hersteller, der auf seine Ideen einging. Viele der innovativen Ideen waren auch für die EMPL neu und zahlreiche Besprechungen vor und während dem Aufbau waren nötig. <

### Premio-Partner starten gemeinsam ins neue Jahr

Vom 24. bis zum 26. Februar trafen sich die Schweizer Premio-Partner in Bellinzona, Luzern und Charmey zur Frühjahrsregionaltagung 2015.

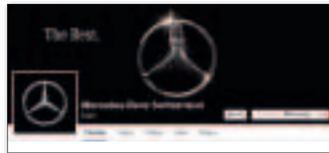


Frühjahrstagung der Premio-Partner.

Hier erfuhren die Händler, was die Kooperation in 2015 erwartet. Derzeit gehören in der Schweiz 65 Partner zur Premio-Kooperation. Auch im Jahr 2015 soll das Netzwerk weiter anwachsen. «Einen Fokus legen wir dabei auch auf Lastwagen-Betriebe, damit der Premio-Service auch in diesem Segment weiter wächst», erklärt Roger Blaser, Manager Retail Schweiz. <

### Mercedes Benz betreut die Community am besten

Unter den Top-Automarken mit einem Schweizer Facebook-Auftritt kommuniziert Mercedes-Benz am besten. Punkto Viralität



– also dem selbständigen Weiterverbreiten der Markeninhalte – hat Honda die Nase vorne. Zu diesem Ergebnis kommt eine Marken-Analyse der Digitalagentur webguerillas Zürich. Sie hat im vergangenen Jahr die Facebook-Profilen von Audi, BMW, Fiat, Ford, Honda, Hyundai, Jaguar, Mercedes, Mini, Opel, Renault, Seat, Skoda, Toyota, Volvo und Volkswagen untersucht. <

### Fusion der Oldtimer-Dachverbände FSVA und SO

Die Fusionsvorbereitungen der beiden Dachverbände Fédération Suisse des Véhicules Anciens (FSVA) und Swiss Oldtimers (SO) sind praktisch abgeschlossen. Eine paritätische Kommission von je drei Vorstandsmitgliedern von FSVA

und SO hat alle notwendigen Dokumente vorbereitet. Am 16. Mai 2015 finden die Delegiertenversammlungen von FSVA und SO statt. Gemäss Fusionsgesetz müssen drei Viertel der Delegiertenstimmen dem Fusionsvertrag zustimmen. Falls die Delegierten beider Dachverbände die Fusion genehmigen, findet am Nachmittag die Gründungsversammlung statt. <

### Julia Bordonado ist Miss Auto-Salon 2015

Im Genfer Nobelclub «bypass» wurde am Rand des 85. Auto-Salons zum 17. Mal die Miss Auto-Salon gekürt. 13 Hostessen stellten sich der Jury. Neben einer Präsentation im Stand-Outfit standen für die Kandidatinnen auch Auftritte im Casual-Dress und im Abendkleid auf dem Programm. Am meisten war die Jury von der 23-jährigen Julia Bordonado aus dem südfranzösischen Aix-en-Provence überzeugt, die am Stand von Peugeot anzutreffen war. <



Julia Bordonado ist Miss Auto-Salon 2015.



# RDKS – ALLES AUS EINER HAND

- > EZ-Sensor, programmierbar und für die meisten Fahrzeuge geeignet
- > Programmier- und Diagnosegerät iQ50, einfach zu bedienen
- > Spezialwerkzeug-Set, abgestimmt auf die am Markt erhältlichen Sensoren
- > Mehrsprachiges Online-Training

Erfahren Sie mehr: [www.wuerth-ag.ch/rdks](http://www.wuerth-ag.ch/rdks)



**«Hit & Drive» – EHC-Biel-Fan gewinnt Skoda Octavia**

Das Pausenspiel «Hit & Drive» von Erdgas lief während der



Kurt Schmidlin von der Gasverbund Mittelland AG überreicht im Namen von Energie Service Biel/Bienne und AMAG Biel/Bienne der Gewinnerin Carine Egli die Schlüssel für den Skoda Octavia mit dem grossen grünen Erdgasblatt.

ganzen Saison des EHC Biel. Am Finalspiel am 3. März 2015 wurde unter den drei Finalisten der Hauptgewinn verlost. Erdgas überreichte der glücklichen Gewinnerin Carine Egli die Schlüssel für einen Erdgas betriebenen Skoda Octavia Combi G TEC. Mit diesem kann sie ein Jahr lang kostenfrei fahren und an jeder Erdgas-Biogas Tankstelle tanken. <

**Autoverkäufe drehen ins Plus**

Nach einem eher verhaltenen Start im Januar drehten die Autoverkäufe mit 22388 Neuwagenverkäufen im Februar ins Plus. Das entspricht einer Zunahme von 2,1 Prozent oder 460 Einheiten mehr als im Januar. Dieses positive Resultat reduziert das kumulierte Minus auf 3,2 Prozent. «Es ist noch zu früh, um von einer Trendwende zu sprechen», kommentiert auto-schweiz Präsident François Launaz das Ergebnis, «aber solche Vorzeichen deuten darauf hin, dass es aufwärts geht.» <

**Die besten Volkswagen-Händler des Jahres**

Im Rahmen der diesjährigen Partnertagung zeichnete Volkswagen in der Schweiz erneut die besten VW Händler

aus. Das Team der AMAG Bellinzona gewinnt nebst dem Titel «Dealer of the Year» einen Check für einen Mitarbeiteranlass im Wert von 10000 Franken. Die Garage Sommerhalder AG in Zürich erhält mit dem Titel «Customer First Dealer of the Year» einen Check im Wert von 7000 Franken. <



Die besten Volkswagen-Händler: AMAG Bellinzona (oben) und Garage Sommerhalder AG (unten).

**Yokohama wird Trikotsponsor beim FC Chelsea**

Yokohama hat einen Vertrag mit dem FC Chelsea abgeschlossen und ab nächster Saison sein Logo für fünf Jahre unter anderem auf den Trikots und im Stadion platzieren. Zudem darf mit Verein, Trainer und Spielern für Reifen geworben werden. Ziel der Massnahme im Rahmen des Management-Plans «Grand Design 100» ist es, die Markenbekanntheit des Reifenherstellers international weiter zu steigern. <



Hideto Katsuragawa und Tadanobu Nagumo von Yokohama mit Chelsea-Captain John Terry und Trainer José Mourinho.

**25 Jahre Partnerschaft zwischen Peugeot und SCB**

Seit 1989 sponsert Peugeot (Suisse) SA das Eishockeyteam SC Bern. Das Jubiläumsjahr wurde mit 25 Aktionen und einem



SCB-Fan Miriam Ehrat konnte aus den Händen von Olivier Gandolfo, Generaldirektor von Peugeot Schweiz, und Markenbotschafterin Francine Jordi ihren neuen Flitzer entgegennehmen.

Wettbewerb gefeiert. Beim letzten Heimspiel des SCB vor den Playoffs übergaben Peugeot-Generaldirektor Olivier Gandolfo und Markenbotschafterin Francine Jordi einen Peugeot 208 GTi 30th an seine glückliche Gewinnerin. <

**Helmut Ernst übernimmt Vorsitz bei ZF Services**

Helmut Ernst (55) übernahm per 1. März als neuer Vorsitzender der Geschäftsleitung die Verantwortung bei ZF Services.



Alois Ludwig (links) übergibt den Staffelstab an Helmut Ernst.

Der erfahrene Branchenkenner wird das Angebot an Telematiklösungen und massgeschneiderten Dienstleistungen für die Mobilitätsanforderungen der Zukunft ausbauen. Sein Vorgänger Alois Ludwig (66) geht in den Ruhestand. <

**Neue Rolle für Tom Anliker**

Tom Anliker übernimmt die Geschäftsführung der Volvo Car Switzerland AG und tritt die Nachfolge von David Thomas an. In den letzten 25 Jahren war Anliker in verschiedenen Positionen in der Autobranche tätig und übernahm Anfang Jahr die Leitung Verkauf und Marketing beim offiziellen Schweizer



Importeur der schwedischen Traditions-marke. <

Tom Anliker stieg auf.

**Neues Auto – aber bitte mit Navi**

Beim Auto-Equipment ist den Schweizern das Navigationsgerät besonders wichtig. Es ist die am häufigsten explizit gewünschte Ausstattungsoption. Das zeigt eine Auswertung von über 9 Millionen Suchanfragen auf autoscout24.ch. Bei jeder fünften Suchanfrage ist das Navigationsgerät ein unverzichtbares Muss (18,84 Prozent). Damit ist die praktische Orientierungshilfe im zweiten Jahr in Folge das meistgesuchte Equipment überhaupt. Fast ebenso beliebt wie das Navi ist eine Lederausstattung. Bei knapp 16 Prozent aller Suchanfragen ist dieses Extra vermerkt. Xenon-Scheinwerfer (10,24 Prozent) stehen ebenfalls hoch im Kurs. <



Guter besuchter AGVS-Stand am 85. Auto-Salon in Genf

# «Die weltweit schönste und kompakteste Autoshow»

Der 85. Auto-Salon in Genf verzeichnete leicht mehr Besucher als im Vorjahr und lockte schon vor seiner Eröffnung für die sogenannten Pressetage mehr als 11 000 Medienleute in die Palexpo. AUTOINSIDE unterhielt sich mit AGVS-Zentralpräsident Urs Wernli über den Salon und den Stand des AGVS in der Halle 2. Sascha Rhyner, Redaktion



Albert Bonelli, Präsident AGVS Sektion Genf, mit Olivier Maeder.



Roland Gubeli (Garage Foresti, Ermenswil), Mirco Leemann (Garage Mettlen, Eschenbach) und Franco Foresti (Garage Foresti, Ermenswil).



Von rechts: Karl Graf (Karl Graf Automobile AG), Werner Ronner (AGVS Sektion Zürich), Robert Graf (Vorstand Nutzfahrzeuge AGVS) und Andrea Graf.



Auch der ehemalige ASTAG-Direktor Michael Gehrken war am AGVS-Stand.





Jürg Dosch (FIGAS) und Christian Fischer, Fischer Automobile AG in Beinwil am See.



Bernhard Russi ist seit über 35 Jahren Markenbotschafter für Subaru.



Moderatorin Melanie Winiger am Stand von Volvo.



Oskar Portmann, Beat Bölsterli und Hans Marbacher von Auto Marbacher im luzernischen Schachen.



Walter Hennecke, Ex-Zentralvorstandsmitglied des AGVS (links), und Patrick Schwermann, Präsident der AGVS Sektion Zentralschweiz und Inhaber der Schwermann AG in Kriens.



Markus Aegerter im Gespräch mit Joachim Masur, CEO von Zurich Schweiz, Campo Piano und Karim Ziani, Leiter Automotive Kooperation der Zürich.



Didier Cuche hält auch nach dem Karrierenende Audi die Treue.





Bundesrätin Doris Leuthard unterhält sich am AGVS-Stand mit dem Lernenden Benjamin.



Jakob Schlatter, Präsident AGVS Sektion Schaffhausen, mit Frau Carola und Urs Wernli.

■ **Herr Wernli, wie fällt Ihre Bilanz zum 85. Auto-Salon in Genf aus?**

Urs Wernli: Positiv. Wiederum waren gegen 700 000 Besucher an den Salon gereist. Das zeigt, dass das Interesse am Auto sehr breit in der Bevölkerung verankert ist. Ein klares Zeichen für die Wichtigkeit der individuellen Mobilität.

**Was hat Ihnen besonders gefallen?**

Dass es dem Verantwortlichen des Auto-Salons wiederum gelungen ist, die weltweit schönste und kompakteste Autoshow durchzuführen. Natürlich haben mir auch die vielen auserlesenen schönen (schmunzelt) und schnellen Autos gefallen.

**Was war besonders auffallend aus Ihrer Sicht an diesem Salon?**

Die Innovationskraft der Autoindustrie ist eindrücklich. Die Energieeffizienz nimmt immer mehr Platz ein. Auch die Vernetzung des Autos mit der digitalen Welt ist auf dem Vormarsch.

**Wie lief der AGVS-Stand?**

Der Stand war insgesamt gut besucht. An

den Pressetagen sogar sehr gut. Das AGVS-Team betreute die Gäste sehr zuvorkommend und die Stimmung am Stand war jederzeit bestens. Immer wieder eindrücklich, wie viele Kontakte man in den wenigen Tagen wahrnehmen kann.

**Was waren die heissesten Themen, die hier diskutiert wurden?**

Natürlich die Auswirkungen des starken Schweizerfranken auf die Preissituation der

neuen Autos. Autos waren ja noch nie so günstig. Ebenso die Auswirkungen auf den Occasionsmarkt und die Rendite in den Betrieben. Dann die Frage, wie die Kantone die neuen Fristen zur Motorfahrzeugkontrolle umsetzen. Die Strassenfinanzierung rund um den NAF (Nationalstrassen- und Agglomerationsverkehrs-fonds) und die für das Autogewerbe sehr teure Billag-Mediensteuer.

**Auch Bundesrätin Doris Leuthard machte am Eröffnungstag einen kurzen Stopp am AGVS-Stand. Was konnten Sie Ihr bei dieser Gelegenheit mit auf den Weg geben?**

Wie wichtig die Ausbildung der Jugendlichen in unserer Branche ist und dass der AGVS zusammen mit dem Bundesamt für Energie mit dem AEC (AutoEnergieCheck) ihre Anstrengungen zur Treibhausgasreduktion unterstützt.

**Die Branche spricht im Moment vor allem von der Eurokrise und den negativen Auswirkungen. Sie betonen aber gerne, dass dies für die AGVS-Mitglieder auch eine Chance ist.**

Ja natürlich sollen unsere Mitglieder die

**Sektion Genf lud an den AGVS-Stand**

Am Donnerstag war am 85. Auto-Salon die Sektion Genf Gastgeberin am AGVS-Stand. Die Sektion des Veranstaltungsorts lud ihre Mitglieder und die Nachbarsektionen zum gemütlichen Austausch bei Speis und Trank. Die Mitglieder konnten so gleich auf den attraktiven AGVS-Stand in der Halle 2 aufmerksam gemacht werden. Vor allem aber war es ein angeregter Austausch unter den Garagisten am Rande des Auto-Salons. Der gelungene Anlass soll 2016 beim 86. Auto-Salon (3. bis 13. März) eine Neuauflage erleben.

**Die Akzentsetzer.**

*irmscher*



Einfach Akzente setzen:  
Tuning-Teile für Opel.

**CHEMUWA**



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



Der EcoDrive-Simulator weckte das Interesse der Besucher.



Das Autogewerbe übt auf Jugendliche weiterhin eine grosse Faszination aus.



Der Lernende Benjamin Curioz demonstriert einem Besucher das Diagnose-Gerät.

Chancen wahrnehmen. Noch nie konnte eine so breite Palette an Autos mit so unterschiedlichen Antriebskonzepten und in den vielfältigsten Bauformen angeboten werden. Der Garagist ist der erste Ansprechpartner wenn es ums Auto geht. Er ist der Fachmann vor Ort und hat das Vertrauen der Autofahrerinnen und Autofahrer. Auch die Digitalisierung bietet heute vielfältige Möglichkeiten in der Werbung, der Kundenbetreuung, der Optimierung der Geschäfts-

prozesse und ganz allgemein bei der erfolgreichen Führung einer Garage.

***Es fiel auf, dass die grossen und schnellen Autos noch immer die Stars und die Blickfänger waren, aber dass auch die Elektromobilität – nicht zuletzt durch die grosse Präsenz von E'Mobile und Erdgas – einen immer grösseren Stellenwert einnimmt. In welche Richtung geht es nun tatsächlich?***

Ich denke der Mainstream wird weiterhin

mit thermischen Antrieben sein. Diese Antriebsquelle ist heute effizient und umweltfreundlich. Der Elektroantrieb wird sich weiter verbreiten als Hybridkonzept und für Nischenanwendungen als reines Elektrofahrzeug. Die sehr umweltfreundliche und energieeffiziente Brennstoffzelle ist nun serientauglich. Dieser Antriebsquelle gebe ich grosse Chancen. Die Verbreitung hängt davon ab, wie flächendeckend und wie bald die Wasserstofftankstellen erstellt werden. <

**Ihre Vorteile als le GARAGE-Partner:**

- effiziente Betriebsplanung
- leistungsfähige Werkstatteinrichtungen
- einheitlicher Auftritt (Erscheinungsbild, Werbung, etc.)
- komplettes Produkte- und Dienstleistungsangebot
- Markenunabhängigkeit
- umfangreiche Weiterbildungsmöglichkeiten und viele mehr...

le GARAGE,  
das unabhängige  
Garagenkonzept Ihrer ESA

Wie die AGVS-Garagen den Schwung des Auto-Salons Genf nutzen

# «Genf löst eine Begeisterungswelle

Am 15. März schloss der Auto-Salon seine Tore. Er ist der erste europäische Automobilsalon des Jahres. Die dort gezeigten Neuheiten der Marken für das Jahr 2015 bringen frischen Wind in die Verkaufsräume. Viele Garagisten nutzen diesen Schwung und knüpfen an die mediale Präsenz des Autos während des Salons an. AUTOINSIDE hat in drei Sektionen nachgefragt. Anselm Schwyn, Journalist BR

■ Der Genfer Auto-Salon ist die einzige internationale Automobilmesse in Europa, die alljährlich stattfindet und läutet zum Frühjahr auch gleich die Saison für die Modellneuheiten der meisten Hersteller ein. Mit über 130 Welt- und Europapremieren und insgesamt 900 ausgestellten Fahrzeugen hat der Salon dieses Jahr abermals rund 700 000 Besucher angelockt. Auch in den Medien fand der Salon enorme Beachtung und selbst Menschen, die sich sonst weniger für automobilen Neuheiten interessieren, werden vom Fieber für die neuen Technologien, Designs und die schiere PS-Gewalt gepackt.



Dölf Lendenmann will die Begeisterung von Genf nutzen.

## Nicht alle können nach Genf

Frühjahr ist die Zeit, sich wieder für Neues zu interessieren. Mit dem Genfer Auto-Salon kommt auch die Lust auf ein neues Auto. Doch nicht alle haben Zeit, in den elf Tagen im März nach Genf zu fahren. Traditionell möglichst schnell nach dem Genfer Salon findet die «AutoExpoZürich» statt. Dölf Lendenmann, CEO der BMW-Garage Binelli & Ehrsam AG in Zürich, ist auch Presseverantwortlicher der AutoExpo-

Zürich. «Genf löst auch durch die mediale Präsenz eine wahre Begeisterungswelle für das Auto aus. Das wollen wir nutzen. 20 Garagisten stellen dieses Jahr wieder 31 Marken mit den Genfer Neuheiten vor», so Lendenmann. Der AGVS ist Partner der Ausstellung, die drei Tage die Möglichkeit bietet, die Autos nicht nur zu sehen, sondern auch gleich Probe zu fahren. Lendenmann: «Genf ist faszinierend, bei uns kann man aber Probe fahren, sein Eintauschauto bewerten lassen und sich über Finanzierung unterhalten.» Lendenmann empfiehlt den Garagisten, den Schwung aus Genf zu nutzen, denn noch nie bekam der Kunde durch die weitergegebenen Währungsvorteile des Frankens so viel Auto für sein Geld. An der AutoExpoZürich wird in den einzelnen Garagen indes mehr geboten als «nur» Autos, damit es für die ganze Familie Spass macht. Nebst kulinarischen Spezialitäten

**churia**  
AGVS | **auto**  
www.churia-auto.ch

**ERLEBEN SIE DIE  
AUTO-NEUHEITEN  
BEI IHREN CHURER AGVS-GARAGEN!**

**21. + 22. MÄRZ 2015**  
SAMSTAG 9.00 - 17.00 UHR | SONNTAG 10.00 - 17.00 UHR

AC: rusconi & ulz autotechnik ag	Nia: EFAG, Dosch Garage Chur	Saab: Garage H.P. Senn AG
Audi: AMAG Chur	Einai Rover: EFAG, Dosch Garage Chur	Skoda: AMAG Chur
BMW: Alpina Chur AG	Maseraati: EFAG, Dosch Garage Chur	smart: Ring Garage AG Chur
Citroen: Garage Hoffmann Chur AG	Mazda: Garage Dosch Garage Chur	SsangYong: Garage Conminat AG
Dacia: Garage Bayer AG	Mercedes-Benz: Ring Garage AG Chur	Subaru: EFAG, Dosch Garage Chur
Fiat/Alfa: Sport Garage Silvio Berger	MINI: Alpina Chur AG	Suzuki: EFAG, Dosch Garage Chur
Ford: EFAG, Rheintal-Garage Chur	Mitsubishi: EFAG, Dosch Garage Chur	Toyota: EFAG, Rheintal-Garage Chur
Honda: Garage Hoffmann Chur AG	Nissan: Autohaus Willi AG	Vaux: Garage Rageth
Hyundai: Obere Au Garage AG	Opel: EFAG, Dosch Garage Chur	VW Motorrad/Leasing: AMAG Chur
Jaguar: EFAG, Dosch Garage Chur	Peugeot: Autohaus Willi AG	VW Personwagen: AMAG Chur
Jeep: EFAG, Dosch Garage Chur	Renault: Garage Bayer AG	

von der klassischen Bratwurst über Sushi bis hin zu individuellen Hot Dogs gibt es auch weitere Attraktionen. Lendenmanns Tipp: «Schliessen Sie sich mit anderen Firmen am Ort zusammen. Das bringt Abwechslung. Lassen Sie sich jedes Jahr etwas Neues einfällen.» In seiner Garage ist dieses Jahr das Casino Zürich mit zwei Croupiers präsent, zudem wer-

den Schmuck aus Heilsteinen und individuell gestaltbare Handtaschen angeboten.

## Den Salon in die Region bringen

Doch nicht nur in der Millionen-Metropole Zürich, sondern auch in anderen Regionen der Schweiz wird der Schwung aus Genf genutzt. «Graubünden ist die Sektion, die am weitesten vom Salon Genf entfernt ist», sagt Andri Zisler von der Alpina Chur AG und Präsident der Sektion Graubünden. «Wir haben das Konzept, eine Woche nach Ende des Salons diesen in die Region zu bringen, da die meisten Kunden keine Gelegenheit haben, nach Genf zu fahren.» Die neuen Modelle der 31 Marken sind entweder schon erhältlich oder die Garagisten bekommen sie von den Importeuren zur Verfügung gestellt. Der Vorteil für das Ausstellungswochenende liegt in der gemeinsamen Plattform, an der die Kunden bei allen 13 Markengaragen die Neuheiten anschauen können. «Je-

**FRISCHE AUTOS 21.- 22. MÄRZ**  
31 Marken in  
20 Garagen

**AUTO EXPO ZÜRICH**  
autoexpo.zuerich.ch

BANK, TagesAnzeiger, AUTO SCOUT 24, erdgas biogas, TELE ZÜRICH, AGVS | UPSA

# für das Auto aus»

der Garagist gestaltet ein individuelles Rahmenprogramm. In unserem Betrieb laden wir beispielsweise die Kunden am Vorabend zu einer grosse Ausstellung ein.» Die «Churia Auto» findet bereits das 17. Jahr statt.

## Das Wallis lebt die Faszination Auto

Charles-Albert Hediger, Präsident der Sektion Wallis, betont, dass «man die Faszination Auto, die der Genfer Auto-Salon jährlich ausstrahlt, leben muss – in jeder einzelnen Garage. Das erhöht die Kundentreue.» Im Wallis sind es mindestens drei Regionen, die unmittelbar nach dem Salon Multimarkenausstellungen organisieren. Den Auftakt macht Martigny mit «Auto Passion», wo man bereits eine Woche nach dem Genfer Salon dessen Neuheiten und Vorteile geniessen kann. Visp folgt im April mit der «Neuwa» und als Abschluss findet anfangs Mai in Sion die «Auto Show» statt. Letztere belebt das



Charles-Albert Hediger, Präsident der Sektion Wallis.

Zentrum von Sion unter freiem Himmel auf der «Place de la Planta». In Martigny und Visp werden die Ausstellungen zentral und wettersicher in Veranstaltungshallen durchgeführt. Hediger: «Diese regionalen Ausstel-

lungen ziehen Tausende von Autointeressierten an und ermöglichen es den Kunden, nahe von ihrem Zuhause die letzten Neuheiten hautnah zu entdecken.»

## Gemeinsam stark auftreten

Für die Frühjahrs-Autoshow ist zudem ein stärkerer gemeinsamer Werbeauftritt möglich. Die «AutoExpoZürich» und die «Churia Auto» haben beispielsweise eine eigene Homepage, die Garagen in den Sektionen mit Salonschows machen gemeinsam Radio- und TV-Spots und schalten Inserate in den lokalen Medien. Auch Flyer und Plakate sind so möglich – alle profitieren gleichermaßen. Einzelne Garagen laden zudem mit Mailings die Kunden persönlich ein. Die Homepages liefern Informationen über die teilnehmenden Garagen, eine Karte derer Standorte oder Links zu den Presseartikeln. <

## Sind Sie unser neuer Partner?

Mit Ihrem Beitritt zum AutoCoach-Garagennetz bleiben Sie weiterhin ein unabhängiger Unternehmer und geniessen absolute Entscheidungsfreiheit. Sie profitieren von einem sauberen, prägnanten Auftritt, von einer hochwertigen Beschriftung, von einer hilfreichen Werbeunterstützung und von attraktiven Konditionen. Profitieren Sie jetzt von unserer Unterstützung und wählen Sie den Weg zum nachhaltigen Erfolg!



Für zusätzliche Informationen:  
Technomag, 3000 Bern 5  
Tel. 031 379 84 84  
info@autocoach.ch



# Im Team am stärksten.

## Bremsentechnik von Bosch



**Zusammenbringen, was zusammengehört:** Bei gleichzeitigem Wechsel von Bremsscheiben und -belägen lohnt sich das Vertrauen in Bosch besonders. Perfekt aufeinander abgestimmte Produkte für alle gängigen Fahrzeugapplikationen in passgenauer Qualität und mit umfangreichem Zubehör – das garantiert Ihnen schnellen und problemlosen Einbau. Und Ihre Kunden freuen sich über optimale Bremsleistung vom Einbau an, geräusch- und vibrationsfreies Bremsen sowie hohe Standfestigkeit unter härtesten Bedingungen.



**BOSCH**  
Technik fürs Leben

Der Auto-Salon ist für viele Zulieferer der ideale Platz, um Kundenkontakte intensiv zu pflegen

# Das Reich der Garagisten

Die Halle 7 ist im Trubel des Auto-Salons so etwas wie die stille Oase. Hier können sich die Garagisten in Ruhe mit den verschiedenen Zulieferern unterhalten und sich über die neusten Produkte informieren lassen. AUTOINSIDE hat ebenfalls zahlreiche Stände besucht. Reinhard Kronenberg und Sascha Rhyner, Redaktion



Die Halle 7 bot den Garagisten vielen Neuigkeiten, die ihnen die Arbeit im Alltag erleichtern sollen.

## Abt AG: Der Service als Schlüssel zum Erfolg

Carlo Ledermann kennt den Salon und er kennt das Gewerbe. Ihn kann scheinbar nichts aus der Ruhe bringen. Schon gar nicht die Eurokrise. «Wir sind schon lange dabei, da geht man alles etwas lockerer an. Ich erwarte aber kein Rekordjahr», sagt er lachend. «Wir werden mit kleineren Margen rechnen müssen.» Das ist aber nicht der



Carlo Ledermann (links) und sein Team der Abt AG.

Grund, weshalb die Abt AG, die sich auf alles rund um das Reifengewerbe spezialisiert hat, mit weniger Geräten an den Salon gereist ist. Für Ledermann steht der Service an oberster Stelle. «Ich bin stolz auf meine Mitarbeiter. Sie sind das wichtigste Kapital», lobt er. «Unser Produkt ist nur so gut, wie das Produkt auch unterhalten wird. Wenn es einen Defekt hat, ist der Service wichtig. Und da wissen wir, was wir in den letzten Jahren geleistet haben.» Abt ist zwar der älteste Importeur für Corghi-Maschinen weltweit, doch der Star unter den Geräten war die Reifenwaschmaschine vom schwedischen Hersteller Drester, die erst kurz vor dem Salon-Start überhaupt in der Schweiz eingetroffen war. <

## auto-i-dat: Jubiläum

auto-i-dat, die Schweizer Marktführerin auf dem Gebiet der Autodaten, hatte sich auch für den diesjährigen Automobil-Salon sehr viel vorgenommen und reiste schon fast traditionsgemäß mit einer Innovation an: Pünktlich zum 25-jährigen Firmenjubiläum präsentierte auto-i-dat die SilverDAT CalculatePRO, eine leistungsfähige Online-



auto-i-dat-CEO Wolfgang Schinagl.

Applikation zur Instandsetzungs- und Schadenkalkulation von Carrosserie- und Mechanikschäden. Ebenfalls mit Stolz präsentierte auto-i-dat CEO Wolfgang Schinagl den inzwischen komplett online gestellten Park-Manager, der für die Nutzung auf dem Tablet oder Mobilephone optimiert ist und der auf der carcloud.ch-Technologie basiert. Für Schinagl ist Genf sehr wichtig: «Als Anbieter, der für den Schweizer Markt produziert, können wir hier zeigen, wie innovativ Schweizer Firmen sind», sagt er. Stolz war Schinagl auch auf den auch in diesem Jahr stark frequentierten, hellen und freundlichen Stand. <



AutoScout24-Director Christoph Aebi vor seinem Stand in der Halle 5 in der Palexo.

**AutoScout24: Viel Verkehr wegen Euro**

AutoScout24 ist gut ins neue Jahr gestartet. Der führende Online-Marktplatz verzeichnete durch die Aufhebung der Euro-Untergrenze «erhebliche Aktivitäten» bei den Fahrzeugpreisen: «In den ersten Wochen nach dem 15. Januar registrierten wir auf unserer Plattform Wertberichtigungen in Höhe von 300 Millionen Franken», sagt Christoph Aebi, Director von AutoScout24. Rechtzeitig auf den Automobil-Salon ist die dritte Ausgabe von *wheels!* erschienen, dem interaktiven Automagazin von AutoScout24, das für die grösste Schweizer Auto-Online-plattform auch strategisch wichtig ist, weil es die Kompetenz von AutoScout24 im Neuwagenbereich beweist. «Innovation wird für unser Unternehmen auch 2015 das grosse Thema sein», sagt Aebi, der sich von Unternehmen das wünscht, was sich die Unternehmer im Grunde von ihren Kunden wünschen: mehr Entscheidungsfreudigkeit. <

**Baumgartner AG: Freundschaftliche Begegnung mit Konkurrenten**

«Unsere Marke ist Gold wert», sagt Peter Krieg, verantwortlich für Verkauf und Marketing bei der Baumgartner AG, Dällikon, die 1910 in Zürich-Unterstrass gegründet wurde. In den letzten Jahren wurde aus dem einstigen Vorzeigeunternehmen im Eisenwarenbereich eine prosperierende Handels-

gruppe. «Trade in, trade out», umschreibt Krieg die Unternehmens-Philosophie. «Wir wollen kein Servicenetz aufbauen und setzen deshalb auf Qualität», erklärt er weiter. Am Salon freut sich Krieg über die freundschaftlichen Begegnungen mit den Konkurrenten der Branche.

«Es ist ein Get-together und der gegenseitige Austausch wird gelebt», sagt er. Quasi als Beweis schnappt sich gleich einer dieser Konkurrenten einen Wagenheber. Krieg lacht und erzählt die Geschichte, wie er den Astra-Minilift – der neuste Stolz im Sortiment – an den Auto-Salon brachte: «Ich habe diesen vor vier Wochen an der «AutoZum» in Salzburg gesehen und habe sofort die nötigen Schritte eingeleitet, so, dass wir diesen rechtzeitig auf den Autosalon im Sortiment haben konnten.» Es freut Krieg, wie flexibel und schnell die Baumgartner AG als kleiner KMU agieren kann, ein grosserer Wettbewerbsvorteil! <



Peter Krieg von der Baumgartner AG vor einem mit dem Astra-Minilift aufgebockten Fiat.

**Derendinger: Neue Konzepte präsentieren**

Weltpremiere am Stand von Derendinger: Mit Carrosserie plus bietet Derendinger das erfolgreiche Werkstattkonzept jetzt auch Carrosseriebetrieben an und besetzt als erster Anbieter diesen interessanten Markt. Positives vermelden konnte Egon Watzlaw, Leiter Marketing & Product Management,



Egon Watzlaw präsentierte ein Weltpremiere am Stand von Derendinger. (Bild: AUTO&Wirtschaft)

auch von UNICAR, dem zweiten, im vergangenen Jahr ebenfalls am Automobilsalon lancierten und hauseigenen Garagenkonzept (neben Garage plus): «Das Konzept entwickelt sich sehr positiv», sagt Watzlaw stolz. Die Firma, inzwischen in ihrem 85. Jahr auf dem Markt, ist immer in Bewegung – unter anderem jeden Tag mit über 200 Lieferfahrzeugen. Grösste Herausforderung für die Firma im laufenden Jahr: Die Unsicherheit der Kunden in positive, optimistische Energie umzuwandeln. «Daran arbeiten wir täglich», sagt Watzlaw. <

**ESA: Optimale Vorbereitung aufs Sommerreifen-Geschäft**

Die ESA, in Halle 7 traditionsgemäss der grösste und sehr beliebte Gastgeber, wurde diesem Ruf auch dieses Jahr vollumfänglich gerecht – mit einem zu einer echten Piazza hergerichteten Stand. Doch während man

FALKEN TYRES

MOBIL 1

CONTINENTAL

FORD

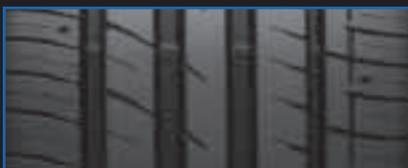
BRIDGESTONE

WYNN'S

GOODYEAR

CASTROL

DUNLOP



T: 062 285 61 30

F: 062 285 61 01

E: info@fibag.ch



Bob-Olympiasieger Hausi Leutenegger in der Mitte von Martin Schütz (links) und Matthias Krummen am ESA-Stand.

in Genf noch Gäste verwöhnte, schaut man in Burgdorf bereits nach vorne und konzentriert sich darauf, den Garagisten im Hinblick auf das Sommerreifen-Geschäft optimal zu unterstützen. So werden Offerten unabhängig vom Frankenkurs kalkuliert und mit einem Zusatzrabatt kombiniert, der jeweils der aktuellen Währungssituation angepasst wird. So kann die Unsicherheit des Marktes optimal aufgefangen werden. Parallel dazu ist laut Matthias Krummen, Kommunikationsleiter bei der ESA, auch die Pneushop-App «sehr gut angelaufen – sowohl bei den Garagisten als auch bei den Endkunden.» Ausserdem verfügt die ESA über ein komplettes Lager mit allen gängigen RDKS-Sensoren. <

**Eurotax: Salon-Rückkehr als Symbol**

2014 war für Eurotax sozusagen das Basisjahr, um 2015 richtig durchzustarten. Mit dem neuen Claim «Erwarten Sie mehr» weist Eurotax auf eine Reihe von neuen Produkten hin wie zum Beispiel den «Price Analyzer», der den Gebrauchtwagenhändler bei der dynamischen Preisgestaltung unterstützt und ihm verhilft, Gebrauchtwagenpreise zu optimieren und so den maximalen Ertrag zu generieren. «Symbolisch für die neue Offensive von Eurotax ist auch unsere Präsenz am Auto-Salon», sagt Céline Tambour, Marketing Manager von Eurotax – die Firma ist seit Jahren erstmals wieder in Genf präsent. <



Frank Müller erklärt die Waschanlage von Ferrum.



**Ferrum: Moderne Waschtechnik**

Im hart umkämpften Markt der Waschanlagen präsentiert Ferrum eine bahnbrechende Innovation: die Fotozellen-Barriere. Damit wird das Fahrzeug mit Lasertechnik ausgemessen und gleichzeitig eingesprüht. Weil Bürsten und Föhn damit exakt die Silhouette des Fahrzeugs kennen und nicht erst beim Waschen «abtasten», bleibt der Bürstendruck immer gleich stark, was direkt Auswirkung auf das Waschresultat hat. Ausserdem dauert der Waschprozess erst noch weniger lang. «Das erlaubt neu auch das unkomplizierte Waschen von Fahrzeugen mit Dachboxen oder Aufbauten wie bei Polizeifahrzeugen», erklärt Marketingleiter Frank Müller. Gleichzeitig präsentierte Ferrum auch eine Waschanlage im XL-Format (2,52 Meter). <



Eric Gafner (links, Account Manager) und Salvatore Manoiero (Sales Director Switzerland) mit Julia Bordonado, Miss Auto-Salon 2015. (Bild AUTO&Wirtschaft).

FIAT/ALFA/LANCIA    YOKOHAMA    MG ROVER    MICHELIN    OSRAM    PIRELLI    BANNER    VREDESTEIN    GENERAL TIRE

**Auf der Strasse bleiben.**  
Sommerreifen ZE914 von Falken.

**FIBAG**  
Fibag AG  
Lischmatt 17  
4624 Härkingen

[www.fibag.ch](http://www.fibag.ch)

<http://shop.fibag.ch>

Lieferungen bis zu 3 Mal am Tag



Thomas Küderli demonstriert die neue Radwaschmaschine.



Daniela Engelhard präsentiert das erweiterte Produktesortiment von Hella Gutmann.

### Gassner: Von Vorteilen überzeugen

Für die Gassner AG hat 2015 gut begonnen. Mehr noch: sehr gut. Der Grund liegt im Umstand, dass die Firma dank der geschäftlichen Verbindung seit 1. Januar exklusiver Ausrüster der AMAG AG ist. Im Mittelpunkt des Messe-Angebots steht die neue Ultraschall-Radwaschmaschine Tiresonic TWIN, die Rad und Felge dank Ultraschall und in einem auf 40 Grad aufgeheizten Waschmittel-Tauchbad nicht nur sehr gründlich wäscht, sondern auch sehr schnell. Ebenfalls im Fokus des Interesses stand die berührungslose Lenkgeometrieanlage des Qualitätsausrüsters Beissbarth. Die grösste Herausforderung für Geschäftsführer Thomas Küderli: Die Kunden davon überzeugen, dass der Deal mit der AMAG für sie keine Nach-, sondern nur Vorteile hat. <

### GESAG: Die beste Plattform

Am diesjährigen Auto-Salon präsentierte die Firma GESAG die Weiterentwicklung ihres bisherigen Erfolgsmodells: die Sanierung



Aus alt mach neu: Daniel Vieille entwickelt das Erfolgsmodell weiter.

für 2-Stempel-Hebebühnen. «Das Interesse war sehr gross», sagt Geschäftsführer Daniel Vieille – kein Wunder, auf diesem Gebiet ist die GESAG praktisch konkurrenzlos. Schon das System der 1-Säulen-Sanierung (Stempel in Stempel) war über Jahrzehnte ein grosser Erfolg; jetzt ist die GESAG bereit für den nächsten. Der Auto-Salon ist für die GESAG die beste Plattform, um mit ihren bestehenden und – vor allem – mit neuen Kunden in Kontakt zu kommen. Der Auto-Salon beschäftigt ihn deshalb das ganze Jahr über, sagt Vieille augenzwinkernd. <

### Hella Gutmann: Den Garagisten die Arbeit erleichtern

Sie hat sich auf den diesjährigen Auto-Salon noch mehr gefreut als sonst: Daniela Engelhard, Geschäftsführerin von Hella Gutmann. Kein Wunder: Sie kann ihren Kunden neue Produkte präsentieren. Hella Gutmann weitet nämlich das Produkteportfolio sukzessive über das bisherige Diagnosesortiment hinaus. In einem ersten Schritt mit Reifendruckprüfer, Klimageräte und Handlampen in neuester LED-Technik. «Ziel ist es, all diese Geräte sinnvoll miteinander zu verbinden, damit dem Garagisten ein Gesamtkonzept angeboten werden kann, das ihm die Arbeit erleichtert und es ihm ermöglicht, in der dadurch eingesparten Zeit andere, für den Umsatz relevante Arbeiten zu erledigen», sagt Daniela Engelhard. <

### Hostettler: Basis für das Sommergeschäft

Am Auto-Salon legt auch die Hostettler Autotechnik AG die Grundlage für das Sommergeschäft. Dieses Jahr im Fokus: Der neue Katalog und seine Online-Version, die jetzt das ganze Sortiment abbildet und permanent aktuell gehalten wird. «Bei unseren Testkunden ist das sehr gut angekommen», freut sich Stefan Bersinger, Concept Manager und stellvertretender Geschäftsführer der Luzerner Firma. Weiter im Fokus des In-



Stefan Bersinger vor dem umfassenden Hostettler-Stand.

IHR SPEZIALIST  
FÜR GETRIEBE,  
LENKUNGEN  
UND ACHSEN.

ZF Services Schweiz AG  
8604 Volketswil  
zf.com/services/ch



teresses: Das neue Sommerreifen-Sortiment von Nexon-Tire, das mit vielen interessanten Dimensionen ergänzt wurde, sowie der Komplett-Rad-Service, mit dem via Typenschein-Nummer Felgen, Räder und das passende Reifendruck-Kontrollsystem innerhalb von 24 Stunden geliefert wird. <

**Kärcher: Direkten Kontakt geniessen**

Optimismus herrschte am Kärcher-Stand in Halle 7: Die ganze Entwicklung rund um die Euro-Untergrenze habe langfristig positive Auswirkungen, sagt Marketingleiterin Katharina Margot, «selbst wenn das kurzfristig nicht danach aussieht». Gerade im Bereich Waschanlagen hole Kärcher in den letzten Jahren spürbar auf. Zusammen mit ihren Kollegen präsentiert sie die neue Felgenwaschanlage Rawa 2, die aus drei Tellern unterschiedlicher Grössen besteht und die so angeordnet sind, dass sie sich nicht parallel zur Felge drehen, um ein möglichst einwandfreies Reinigungsergebnis zu gewährleisten. Am Auto-



Katharina Margos posiert mit der Kärcher-Innovation.

Salon genießt Margot den direkten Kontakt mit bestehenden und potenziellen Kunden, auch wenn sie glaubt, eine gewisse gebremste Investitionsbereitschaft zu spüren. <

**Motorex: Grosse Abdeckung als Stolz**

Da sowohl die Produktion als auch die Entwicklung all ihrer Öle in der Schweiz stattfinden und das Unternehmen erst noch 40 Prozent seiner Produkte exportiert, hat das Jahr für Motorex denkbar ungünstig angefangen. Doch davon lassen sich die Profis aus Langenthal nicht beirren. «Wir sind keine Jammeris», sagt Marketingleiter Manuel Gerber. Am Auto-Salon präsentiert Motorex eine neue Produktlinie: die Classic Line, ein spezielles Motoröl für den immer lebendigeren Oldtimermarkt, angepasst auf jede technologische Ära. «Das Ganze ist verpackt in einer attraktiven Aufmachung und erlaubt es dem Garagisten, dieses spezielle Kundensegment mit einem passenden Öl zu versorgen», sagt Manuel Gerber. Seine grösste Herausforderung beim Sortiment: minimale Breite, aber gleichzeitig möglichst grösste Abdeckung al-



Manuel Gerber und Motorex: «Wir sind keine Jammeris.»

ler relevanten Segmente. «Das ist uns bisher sehr gut gelungen», sagt Gerber stolz. <

**Panolin: Können ist auch eine Kunst**

Es war am Panolin-Stand unübersehbar, auf was Silvan Lämmle besonders stolz war: Kunstturnerin Giulia Steingruber lächelte mit dem Geschäftsführer von Panolin um die Wette – oder umgekehrt. Die Ostschweizerin ist seit diesem Jahr Markenbotschafterin und war live Pappfigur bei Panolin präsent. «Wir sind extrem stolz, dass sie da ist und sich Zeit nimmt», erklärte Lämmle. Gemeinsam stehen Panolin und Steingruber für die Slogans «Kunst kommt von Können», «Meisterwerke in Öl» oder «Meisterwerke in neuen Rahmen». Und in der Tat: So wie Steingruber Publikum und Experten mit ihrem Können in der Turnhalle verückt, so überzeugt Panolin mit Qualität bei seinen Ölkreationen. Das Riesenrad London Eye wird seit 1999 mit dem gleichen Panolin-Öl betrieben und auch der Panama-Kanal läuft dank Schmiermittel



Giulia Steingruber und Silvan Lämmle.





**Waschanlagen von Ferrum:  
Auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten  
mit Qualitätsservice rund um die Uhr**

**Ferrum AG | Waschtechnik** | 5102 Rapperswil  
T +41 62 889 12 22 | waschtechnik@ferrum.net | www.ferrum.net



www.autoscout24.ch

AUTO

SCOUT 24

# Ihre Kunden sind online

Ihre Werbung auch?



\*Kumulierbar mit den aktuellen Werbeaktionen von AutoScout24. Angebot nur gültig für den Handel bis am 30.04.2015.

von Panolin reibungslos. Am Salon präsentierte Panolin mit dem 0W/16 das dünnste Motorenöl, das es je gab, und das clevere Einfüllsystem «Easy filling». <



Manuel Morales mit einem Programmiergerät.

**Rema Tip Top: RDKS im Zentrum**

Hauptattraktion am Stand von Rema Tip Top war ohne Zweifel das Thema RDKS. Die Firma präsentierte unter anderem ein Programmiergerät, mit dem sich RDKS-Sensoren über die in einer Onlinedatenbank hinterlegten Fahrzeugendaten in Serie programmieren lassen. Die Aktualisierung der Betriebssoftware ist dabei jederzeit garantiert. Ausserdem laufen die Vorbereitungen für den Webshop, über den auch B2B bestellt werden kann, auf Hochtouren, wie Abteilungsleiter Manuel Morales erklärt. <

**RHIAG: Händler noch besser unterstützen**

Bei der RIHAG war man besonders stolz auf den grossen Stand, der vom Korridor geteilt wurde. Das führte dazu, dass praktisch alle Besucher von Halle 7 durch den Stand liefen und für entsprechend Frequenz sorgten. Grosse Beachtung fand auch der ausgebaute Webshop, über den jeder der 60 unabhängigen Grosshändler in der Schweiz seine eigenen Kunden individuell bedienen kann. «Hier am Salon können wir den Händlern sehr gut zeigen, wie sehr wir sie in ihrer täglichen Arbeit noch besser unterstützen können», sagt Roger Hunziker, Leiter Marketing der RIHAG. Nebst dem beliebten Fotoshooting mit den



RHIAG will die Händler noch besser unterstützen.

LIQUI-MOLY-Hostessen wurden die Gäste mit einem grosszügigen Catering – jeden Tag ein anderes, vollwertiges Menü – verwöhnt. <

**Stieger Software: Zeit sparen ist Programm**

«Das Jahr hat für Stieger Software sehr gut begonnen», sagt Marketingleiter Stephan Rissi mit einem breiten Lächeln. Sein Unternehmen, der grösste Anbieter von DMS-Software in der Schweiz, hat im vergangenen Jahr eine Reihe von neuen Kunden gewonnen. Hoffnungsvoll stimme auch, dass die Hersteller «sich in unsere Richtung bewegen», sagt Rissi. Hauptaugenmerk am Salon gilt der neuen Annahme-App, von der sich das Unternehmen sehr viel verspricht – und das dem Garagisten erheblich Arbeit abnimmt und ihm damit Zeit für anderes spart. Grösste Herausforderung für das Unternehmen, das seit 32 Jahren im Markt ist, dürfte laut Rissi die Euro-Parität sein. Dass er damit nicht allein ist, macht die Situation nicht besser. <



Stephan Rissi ist stolz auf die Annahme-App von Stieger.

**Technomag: Interesse wecken**

Der mega macs als Tablet ist eines der grossen Highlights am grosszügig gestalteten Stand von Technomag. «Es liefert nicht nur Diagnosen, sondern auch technische Daten – und das mit dem Vorteil des Tablets», erklärt Sébastien Moix, Leiter Marketing von Technomag. Daneben präsentiert Technomag auch den neuen mega macs 56 als PC, der nun mit einem Linux-basierten Betriebssystem läuft. «Wir wollen am Salon das Interesse wecken», erklärt Moix. «Viele Garagisten kommen mit der Idee, etwas zu kaufen, um von den Sonderangeboten zu profitieren. Und mit den mega macs haben wir sehr attraktive Angebote.» Stolz ist aber Moix nicht nur auf die beiden Produkte aus dem Hause Hella

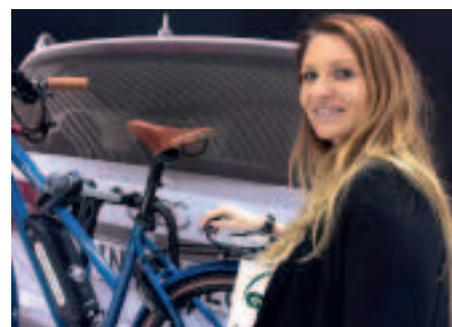


Sébastien Moix präsentiert am Technomag-Stand das Tablet von Hella Gutmann.

Gutmann, sondern auch auf die «motivierte und begeisterte» Verkaufsmannschaft. Und erstmals wurde das Konzept «carXpert» mit dem orangen X präsentiert. Damit haben Carrosserie-Betriebe die Möglichkeit, als freie Carrosserie-Werkstatt vom grossen Branchen-Netzwerk zu profitieren. <

**Wälchli + Bollier: Marktanteile im Visier**

Wälchli + Bollier AG kam mit speziell auf den Auto-Salon zugeschnittene Angebote, darunter die neueste Generation Veloträger der Firma Thule, für deren Produkte Wälchli + Bollier Hauptimporteurin ist. Ins neue Jahr ist die Firma gut und, mehr noch, sehr ambitioniert gestartet: «Für 2015 haben wir uns den Gewinn weiterer Marktanteile vorgenommen», sagt Marketingleiterin Emanuelle Mérinat. Stolz ist sie auf die breite Produktpalette und den Umstand, dass 97 Prozent der Produkte sofort verfügbar und dank fünf regionalen Lagern blitzschnell überall hin in der Schweiz geliefert werden können. <



Emanuelle Mérinat zeigt die neuste Generation Thule-Veloträger.

**Neu: FGS, der Anhänger mit Liftachse und 100%-Achsausgleich**  
**Nutzlast bis 2,9 t**

Autransport-Anhänger und Aufbauten  
 Besuchen Sie unsere Ausstellung oder  
 verlangen Sie eine Vorführung.  
 Auch in Kommunikation für Sie bereit

**T&W Technik**  
 Dammstrasse 16, 8112 Oetlingen  
 Tel. 044 844 29 62  
 www.tgs-fahrzeuge.ch

# Lokale Logistik

■ «Wir können Präsenz markieren und gerade im Fall von Apollo die Bekanntheit steigern», erklärt Markus Brunner, Country Manager Switzerland bei Apollo/Vredestein. «Es ist eine Plattform, um unsere Kunden zu begrüßen und zu verwöhnen. Ich habe nie so viele Kundenkontakte wie in diesen zwei Wochen hier.» Die Bekanntheit von Apollo soll auch

die Partnerschaft mit Manchester United helfen. Und als kleinen Lockvogel bot der Stand als Preis in einem Schuss-Wettbewerb auch einen Spielbesuch in der Premier League. Für die Zukunft sieht Brunner die Notwendigkeit einer «starken, schlagkräftigen lokalen Logistik». Der Garagist werde finanzielles Risiko scheuen und nicht mehr viele Reifen an Lager nehmen. <



Markus Brunner will den Bekanntheitsgrad von Apollo steigern.



Wilfried Rulands vor dem bekannten Firestone-Schriftzug.

# Feuriges Comeback

■ Firestone feiert in Europa eine Art Comeback. Mit neuen Massnahmen, ausgerichtet auf eine klar definierte Zielgruppe soll die amerikanische Marke in Europa wieder bekannter gemacht werden. «Wir wollen mit Firestone und Bridgestone im Jahr 2015 wachsen – das ist unser primäres Ziel», sagt Wilfried Rulands, Leiter Marketing und Kommunikation von Bridgestone

in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Am Auto-Salon werden auch die beiden Marken kommuniziert. «Den Presse- und Fachleuten stellen wir unsere neuen Konzepte vor und der Endverbraucher lernt unsere Marken noch besser kennen», so Rulands. Nach dem eher zögerlichen Start ins neue Jahr blickt Rulands nach vorne – auf den Sommer. <

Part of EUROTAXGLASS'S GROUP

FRISCH VOM MARKT.

*Wir empfehlen*

# VOLLER MARKTÜBERBLICK!

*Dazu:*

- Individuelle Preisstrategien und Details zu jedem einzelnen Fahrzeug.

- Garniert mit dem aktuellsten Angebotspreis vom Markt.

EurotaxPriceAnalyser

**Präzise. Individuell. Tagesaktuell.**

EurotaxPriceAnalyser vergleicht vollautomatisch Ihren gesamten Fahrzeugbestand mit den aktuellen Marktpreisen. Dynamische Preisstrategien bis zum individuellen Fahrzeug ergänzen diesen Überblick mit allen nötigen Details. Das gibt es nur bei Eurotax.

[www.eurotaxpro.ch/frischvommarkt](http://www.eurotaxpro.ch/frischvommarkt)

**EUROTAX**

# Sensibilität schaffen

■ «Einen Reifenstand ohne Reifen», so präsentiert Continental seinen Stand am Auto-Salon. Fast ohne Reifen zumindest: Renata Wiederkehr, Manager Brand Communications, weist auf den Löwenzahn-Reifen hin.



Sven Saxer und Renata Wiederkehr.

Das Jahr sei für Continental gut angelaufen, sagt Sven Saxer, Leiter Marketing und Vertrieb. «Es ist wichtig, dem Kunden Sicherheit für das Frühlingsgeschäft zu geben», erklärt Saxer. «Wir mussten einen gewissen Bonus geben, aber dieser blieb konstant. Nur so kann der Garagist vernünftig kalkulieren», so Saxer weiter. Generell hat er festgestellt, dass die Aufklärungsarbeit in Sachen Winterreifen in den letzten Jahren gefruchtet und sich die Sensibilität verändert hat. Continental hatte im letzten September selber an sieben Raststätten Aufklärungsarbeit geleistet. «Pech war, dass es ein wunderschöner und warmer Herbsttag war», schiebt er lachend nach. <



Jürg Rieser neben der Studie des Strom produzierenden Reifens.

# Reifen macht Strom

■ Stolz verweist Jürg Rieser, Manager und Verkaufsdirektor Schweiz bei Goodyear Dunlop, auf das präsentierte Reifensortiment: «45 Prozent unserer Reifen haben das Label C oder besser», sagt er. Die Nachfrage und das Bewusstsein bei den Kunden nehmen langsam, aber sicher zu. Bei Goodyear mache der Anteil Winterreifen rund 60 Prozent aus. «Ich sage

schon länger, dass wir in der Schweiz eher ein Sommerreifen-Obligatorium brauchen. Viele fahren das ganze Jahr mit den Winterreifen», sagt Rieser. Als Besonderheit präsentierte Goodyear am Stand überdies einen Strom produzierenden Reifen, der allerdings nur als Konzept-Entwicklung gedacht ist und nicht auf den Markt kommen wird. <

N E W S S W H E E L S



**PNEU** *Service* **hostettler autotechnik ag**  
www.pneu-service.ch





Dieter Jermann fordert die Garagisten auf, aktiv zu sein.

## Jetzt pushen

■ Der Stand von Pirelli am Auto-Salon entstand wie schon in den letzten 15 Jahren in enger Zusammenarbeit mit dem Hauptsitz in Mailand. «Italienische Innovation und Schweizer Qualität», erklärt Dieter Jermann, Direktor für den Schweizer Markt. In diesem Jahr rückten die Reifen als Hauptdarsteller wieder mehr in den Mittelpunkt. «Wir sind Erstausrüster für rund 20 namhafte Automobilhersteller und präsen-

tieren von jedem ein komplettes Rad mit originaler Felge. So zeigen wir die Verbindung zwischen Herstellern und Reifenlieferant auf», sagt Jermann. Er ist auch zuversichtlich für das Jahr 2015 «trotz den Herausforderungen». Der Schweizer Garagist habe gut gearbeitet und sich deshalb behaupten können. «Der Garagist muss jetzt das Reifen-Räder-Management sogar noch mehr pushen», rät Jermann. <

## Japanische Qualität

■ Für Schlagzeilen sorgte Yokohama schon vor dem Start des Auto-Salons. Als künftiger Sponsor des FC Chelsea geriet der japanische Reifenhersteller in die Schlagzeilen, wie auch Verkaufsleiter Olaf Bartholmä schon feststellen konnte. Ein von Chelsea-Captain signierter Yokohama-Reifen fand ebenso Beachtung wie die präsentierten Weltneuheiten. Bartholmä erwähnt vor allem die «hohe Qualität, die Yokohama hat». Die gute Fertigungsgenauigkeit werde gerne gerühmt. «Der Konsument soll die Marke «Hochleistungs-

reifen aus Japan» wahrnehmen», erklärt er denn auch als Ziel des Salons. Man wolle die Zielgruppen antreffen und Freunde und Partner treffen. <



Keishi Hashimoto, Präsident Yokohama Europa, und Olaf Bartholmä, Verkaufsleiter Schweiz.

25  
auto<sup>(i)</sup>

Schweizer Partner für Fahrzeugdaten

JAHRE

Checken Sie den **Wert**  
Ihres Autos unter  
**autoi.ch**

Occasionen Bewertung leicht gemacht unter [www.autoi.ch](http://www.autoi.ch) \*

**mobil**

**schnell**

**professionell**



**1.**  
Fahrzeug  
auswählen



**2.**  
Kilometer und  
Ausstattungen  
eingeben



**3.**  
Die Occasionen-  
Bewertung  
ist fertig



\*auch für Smartphone

**auto-i-dat ag** - seit 25 Jahren  
entwickeln wir in der Schweiz  
ausschliesslich für den Schweizer  
Automobilmarkt

CrossClimate – eine innovative Lösung für sicherheitsbewusste Fahrer

# Sicheres Fahren bei jeder Witterung

Als Vorpremiere stellte der Michelin-Konzern beim Auto-Salon in Genf seine Innovation vor: einen Reifen, der sprichwörtlich durch alle Jahreszeiten fährt. Sein Name lässt sich leicht merken: CrossClimate. Ein Reifen für den Sommer, ein Reifen für den Winter: Diese Vorstellung gehört dank des innovativen Konzepts des CrossClimate nun der Vergangenheit an. Michelin hat sich an den Bedürfnissen seiner Kunden orientiert. Und setzt mit dem Paradigmenwechsel einen Meilenstein: ein Reifen, mit dem man das gesamte Jahr über sicher fahren kann. Der CrossClimate ist geboren. Jean-Pierre Pasche, Journalist BR

■ Wie alle gängigen Reifenhersteller nutzt auch Michelin die von seinen Kunden übermittelten Informationen, um neue Lösungen zu entwickeln. In der Regel sieht es ja so aus: Im Sommer verwenden Autofahrer Sommerreifen; im Winter rüsten einige ohne zu zögern ihr Fahrzeug mit Winterreifen aus. Einige Fahrer bevorzugen dagegen Ganzjahresreifen. Warum entwickelte Michelin dann den CrossClimate? Michelin machte in einer Studie folgende Feststellung: 65 Prozent aller Autofahrer in Europa fahren das ganze Jahr über mit Sommerreifen. Solange die Fahrbahn trocken oder nur leicht feucht ist, ist das sicherheitstechnisch kein Problem. Allerdings ändert sich die Witterung oft innert eines Tages. Der Sommerreifen kann jetzt nicht mehr viel ausrichten. Ohne dass es ihm bewusst wird, begibt der Fahrer sich selbst und die anderen Verkehrsteilnehmer in Gefahr.

## Die vier Reifentypen am selben Fahrzeug testen

Aufgrund dieser Feststellungen und Beobachtungen entwickelte der Michelin-Konzern einen innovativen Sommerreifen, der auch als Winterreifen zugelassen ist. Der CrossClimate

bietet im Sommer und im Winter Sicherheit und entspricht den Bedürfnissen der Autofahrer nach einer unkomplizierten Bereifung. Um die Besonderheiten des CrossClimate-Pneus besser verstehen



Die verschiedenen Bremswege der unterschiedlichen Reifentypen.

und sich vor Augen führen zu können, bietet Michelin Workshops an, bei denen die vier Reifentypen am selben Wagen getestet werden können. Dafür steht ein Triathlon-Testparcours zur Verfügung. Der erste Test: Vollbremsung auf trockener Fahrbahn. Das Bild zeigt das Ergebnis. Zweiter Test: Auf nasser Fahrbahn im Kreis fahren, wobei die Geschwindigkeit allmählich erhöht wird. Das Ziel dieses Tests ist es, den genauen Zeitpunkt zu spüren, wann das Fahrzeug beginnt, vom Boden abzuheben. Der dritte Test besteht darin, an einem verschneiten Hang anzufahren. Beim Kreistest und auf Schnee erzielt der CrossClimate das gleiche Ergebnis wie der Winterreifen. Dagegen braucht der Winterreifen bei trockener Fahrbahn 7,60 m mehr, um bei einer Vollbremsung zum Stillstand zu kommen (von 100 auf 0 km/h). Dies entspricht drei Fussgängerstreifen.

## Der CrossClimate steht für einen neuen Markt

Entspricht der CrossClimate, der sich an den realen Bedürfnisse der Konsumenten orientiert, auch den Erwartungen der Garagisten? Die naheliegende Antwort lautet Nein. Sie benachteiligt die Garagisten beim Ver-

kauf, bei der Montage und beim Wechsel der Sommer- beziehungsweise Winterreifen. Doch bei näherer Betrachtung lautet die Antwort Ja. Denn der CrossClimate eröffnet Garagisten einen neuen Markt. 65 Prozent aller Autofahrer in Europa fahren das ganze Jahr über mit Sommerreifen. Das ist ein bedeutender Markt, wenn man bedenkt, dass ein CrossClimate-Pneu zwischen 7 und 10 Prozent teurer ist als ein Sommerreifen. Für den Garagisten ist dies finanziell durchaus interessant. Bei einem Reifenwechsel wird er zum entscheidenden Berater für die richtige Lösung. Ab 1. Mai 2015 ist der CrossClimate mit einem Durchmesser von 15 bis 17 Zoll im Handel und eignet sich für die Mehrzahl der in Europa verkauften Automodelle.

## Berater für Strassensicherheit

Und in der Schweiz? Die Gewohnheiten werden sich hier kaum ändern. Die Bereifung mit Sommer- und Winterreifen bleibt für die meisten Schweizer Standard. Allerdings könnten sich einige, die stets mit Sommerreifen unterwegs sind, aus Sicherheitsgründen für den CrossClimate entscheiden. Der Garagist übernimmt somit die Rolle des Beraters für Strassensicherheit. <

Gegen schwarze Schafe muss vorgegangen werden!

# Preisbekanntgabe im Autogewerbe

Die Verordnung vom 11. Dezember 1978 über die Bekanntgabe von Preisen (PBV, Stand 1. Januar 2015) verfolgt drei grundlegende Ziele: Preisklarheit, Vergleichbarkeit der Preise und Verhinderung irreführender Preisangaben. Das Autogewerbe hält sich zum Wohle des Konsumenten an die betreffenden Vorgaben, allen voran die Markenbetriebe, die zudem strenge Werberichtlinien der Importeure umzusetzen haben. Leider fallen jedoch immer wieder vereinzelt Marktteilnehmer auf, welche die PBV mittels irreführender Werbung verletzen und damit dem Gewerbe einen grossen Schaden zufügen. Tobias Treyer, AGVS

■ Immer wieder tauchen sie auf – Werbeversprechen, welche vermeintliche Neuwagen mit unglaublichen Rabatten anpreisen, dem Kunden eine Ersparnis von 20, 30 oder gar 40 Prozent im Vergleich zum hiesigen Neuwagenangebot in Aussicht stellen. Viele Kunden fragen sich in der Folge, was der heimische Markenhandel falsch macht, wenn es Dritten möglich ist, derartige Nachlässe zu gewähren.

Was der Konsument regelmässig nicht weiss: selbst wenn der Schweizer Markenbetrieb die gesamte ihm vom Importeur auf einen Neuwagen gewährte Bruttomarge dem Kunden überlassen würde, wäre er regelmässig nicht in der Lage, auch nur annähernd 20 Prozent Preisnachlass auf ein solches Fahrzeug zu gewähren. Dies soll nicht heissen, dass publizierte Rabattangebote, welche die heimische Bruttomarge übersteigen, per se unzulässig sein müssen. Direktimporte können durchaus zu spürbaren Preisreduktionen führen. Ein kritischer Blick auf Werbeanzeigen mit grosszügigen Rabattversprechen ist jedoch stets gerechtfertigt. Es lassen sich immer wieder schwarze Schafe finden, welche im Rahmen ihrer publizierten Angebote Äpfel mit Birnen vergleichen:

**1. Es wird das beworbene Fahrzeug mit CH-Neuwagenlistenpreisen verglichen resp. mit hieraus resultierenden Rabatten geworben, obwohl es sich beim angepriesenen Wagen nicht um einen Neuwagen handelt.**

Auch wenn es keine allgemeingültige Definition des Begriffs «Neuwagen» in der Schweiz gibt, ist es in rechtlicher Hinsicht stossend, wenn gegenüber dem Kunden ein Fahrzeug als «Neuwagen» angepriesen und im Hinblick auf den vermeintlich zu erreichenden Rabatt mit dem Listenpreis eines CH-Neuwagens verglichen wird, obwohl die Garantiefrist des beworbenen Fahrzeugs bereits seit Monaten läuft oder dieses bereits

mehrere tausend Kilometer auf dem Tacho hat. Wer sich mit Listenpreisen von CH-Neuwagen vergleicht und hieraus Rabatte ableitet, soll dies nur dann können,

wenn es sich beim angepriesenen Fahrzeug ebenso um einen entsprechenden Neuwagen mit vollständiger Garantiefrist und wenigen Kilometern handelt.

**2. Es wird der Hinweis unterlassen, dass es sich um Direktimportfahrzeuge handelt.**

CH-Fahrzeuge und Direktimporte können sich im Hinblick auf Ausstattung resp. Zubehör und Gratisserviceleistungen unterscheiden. Es ist demzufolge in rechtlicher Hinsicht stossend, dem importierten Fahrzeug den Listenpreis eines CH-Neuwagens entgegenzuhalten resp. mit entsprechendem Rabatt zu bewerben, wenn das angepriesene Fahrzeug nicht über die Eigenschaften des CH-Neuwagens verfügt.

Während den Importeuren regelmässig kleinste Abweichungen amtsseitig vorgehalten werden, scheinen fehlbare Einzelbetriebe häufig keine Konsequenzen gegenwärtigen zu müssen. Viele Rückmeldungen zuhanden des AGVS zeigen, dass seitens der zuständigen kantonalen Ämter nach einer eingereichten Anzeige oftmals keine greifbare Reaktion erfolgt. Das den kantonalen Ämtern übergeordnete Staatssekretariat für Wirtschaft SECO seinerseits hat sich bis heute auf die Publikation der lesenswerten Broschüre «Preisbekanntgabe für Motorfahrzeuge» beschränkt. Weitergehende Bemühungen sind nicht ersichtlich.

Die Markenkommission des AGVS als



Direktimportierte Fahrzeuge können nicht immer mit CH-Neuwagen verglichen werden.

Vereinigung der Markenhändlerverbände möchte diesen Zustand nicht länger hinnehmen. Die ungesühnte unzulässige Werbung schadet dem Automobilgewerbe gesamthaft sehr. Dem Kunden des Markenbetriebes wird letztlich auch ein überaus falsches Bild vermittelt. Seitens der Markenkommission AGVS wurde ein Formular entwickelt, welches jedem AGVS-Mitglied nunmehr ermöglicht, unkompliziert ein festgestelltes fehlbares Verhalten zuhanden der zuständigen kantonalen Behörde anzuzeigen. Das Formular kann von AGVS-Mitgliedern auf der attraktiven Homepage des AGVS kostenlos heruntergeladen werden.

Der AGVS und die Markenkommission AGVS ermutigen sämtliche Mitglieder, unzulässige Werbung künftig anzuzeigen, um denjenigen Betrieben, welche sich zugunsten des Kunden an die Spielregeln halten, ausreichend Gewicht zu verschaffen.

Sollten die kantonalen Ämter dieses Anliegen auch nach erfolgter Erhöhung des Anzeigendrucks nicht mit der erforderlichen Ernsthaftigkeit an die Hand nehmen, muss davon ausgegangen werden, dass die PBV infolge inkonsequenter Umsetzung gescheitert und damit letztlich auf politischem Wege grundlegend zu hinterfragen ist. <

**i** [www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch), Rubrik Dienstleistungen, Recht und Steuern, Preisbekanntgabeverordnung

FIGAS – Ihr Branchenprofi

# Schreckgespenst Verrechnungssteuer

«Man kann es ja mal versuchen. Schlimmstenfalls erfolgt eine Aufrechnung der Steuerverwaltung.» Sowohl Unternehmer wie auch Berater haben in der Vergangenheit mitunter diese Haltung vertreten, wenn es darum ging, Steuern zu sparen. Wir zeigen Ihnen mit folgendem Beitrag, warum diese Haltung nun definitiv der Vergangenheit angehören sollte. **Andreas Kohli, FIGAS**

■ Steuern bezahlen nur die wenigsten gerne. Daher greifen Leute manchmal zu unerlaubten Mitteln, um die Steuerbelastung zu umgehen. Darunter fallen folgende Tatbestände:

- Einnahmen werden nicht vollständig verbucht (z. B. Occasionsverkäufe an Exporthändler, Provisionszahlungen von Leasinggesellschaften, Überschussbeteiligungen etc.).
- Privatausgaben werden dem Geschäft belastet (z. B. Ferienreise als Geschäftsaufwand, Einrichtungsgegenstände der Privatwohnung als Investitionen etc.).
- Für Leistungen der Gesellschaft erfolgt keine oder eine zu tiefe Gegenleistung (z. B. Entnahme eines Fahrzeuges unter dem Marktwert, fehlende Abrechnung von Privatanteilen für die Benützung eines Geschäftsautos etc.).

Ist ein Aktionär (bei einer AG) resp. Gesellschafter (bei einer GmbH) oder eine ihm nahestehende Person bei diesen Tatbeständen involviert, spricht man von einer geldwerten Leistung. Grundsätzlich haben geldwerte Leistungen bei deren Aufdeckung folgende Folgen:

- Aufrechnung beim Gewinn der Gesellschaft
- Aufrechnung beim Einkommen des Aktionärs (analog einer Dividende)
- Nach- und Strafsteuerverfahren
- Nachbelastung der Mehrwertsteuer
- Erhebung der Verrechnungssteuer



Steuern sollten korrekt bezahlt werden, sonst kann es teuer werden.

Bereits in der Vergangenheit wären bei geldwerten Leistungen grundsätzlich sämtliche Steuern geschuldet gewesen. Allerdings hat die kantonale Steuerverwaltung bei Aufdecken von geldwerten Leistungen in aller Regel auf die Benachrichtigung ihrer Kollegen in Bern (Eidg. Steuerverwaltung, Abteilungen Mehrwertsteuer und Verrechnungssteuer) verzichtet. Neu sind die Behörden jedoch angehalten, geldwerte Leistungen den übrigen Steuerbehörden zu melden.

Auf geldwerten Leistungen an Aktionäre und Nahestehende sind 35 Prozent Verrechnungssteuer geschuldet. Entweder wird diese nachträglich durch den Aktionär bezahlt oder es erfolgt bei der Gesellschaft eine «Aufrechnung ins Hundert», was einen effektiven Steuersatz von 53,8 Prozent ergibt.

Gemäss Kreisschreiben Nr. 40 der ESTV wird die Verrechnungssteuer nur zurückerstattet, wenn die mit Verrechnungssteuer belasteten Einkünfte ordnungsgemäss in der Steuererklärung des Empfängers deklariert wurden. Entdeckt die Steuerverwaltung jedoch geldwerte Leistungen, die bis anhin nicht deklariert worden sind, ist eine Rückerstattung der Verrechnungssteuer ausgeschlossen.

## Schlusswort

Die Summe der Nach- und Strafsteuern, der Verrechnungssteuer, der Mehrwertsteuer und der Verzugszinsen kann durchaus höher sein als der Betrag der geldwerten Leistung. Nur durch steuerlich korrektes Verhalten können böse Überraschungen vermieden werden. Bei Unsicherheiten empfiehlt sich die Konsultation eines Steuerberaters. <

**FIGAS – Ihr Branchenprofi**  
professionell – diskret – persönlich



## BranchenProfi

- Buchführung und Abschlussberatung
- Ordentliche und Eingeschränkte Revisionen
- MWST- und Steuerberatung, Steuerdeklarationen
- Unternehmungsbewertungen und Nachfolgeregelungen
- Bewerten von Betriebseinrichtungen und Garageliegenschaften
- Vermittlung und Abwicklung (Kauf/Verkauf) von autogewerblichen Gesellschaften
- Erstellen von Rentabilitätsanalysen, Machbarkeitsstudien, Budgets und Businessplänen
- Betriebswirtschaftliche Begleitung
- Business Management Beratung

**FIGAS Autogewerbe-Treuhand der Schweiz AG**  
Mühlestrasse 20 | 3173 Oberwangen  
Telefon +41 31 980 40 50 | [www.figas.ch](http://www.figas.ch)

Ein Unternehmen der OBТ Gruppe

Wissenswertes rund um den Reifen

# Schneller Bremsen. Leiser Fahren. Treibstoff Sparen.

Reifen gelten als die wohl wichtigsten sicherheitsrelevanten Bestandteile eines Autos. Ihr Einfluss auf die Nasshaftung, den Rollwiderstand sowie die Lärmemission wird auf der inzwischen auch in der Schweiz obligatorischen Reifenetikette dargestellt. Dazu findet aktuell eine Werbekampagne statt. Nicht neu, aber genauso wichtig zu beachten ist die korrekte Lagerung und Entsorgung von alten Reifen. Markus Peter, AGVS

■ Reifen werden stetig weiterentwickelt. Optimierte Gummimischungen und Profildesigns verbessern von einer Reifengeneration zur nächsten die Performance, die Eigenschaften auf nasser Fahrbahn, sowie den Rollwiderstand und die Geräuschemissionen. Dies spiegelt sich letztlich in den immer besseren Werten auf der Reifenetikette sowie in den noch aussagekräftigeren Praxistests wider.

## Werbekampagne zur Reifenetikette

Um die Reifenetikette in der Bevölkerung noch bekannter zu machen, führen die drei Bundesämter für Energie, Strassen und Umwelt ab April eine weitere Werbekampagne durch. Mittels Plakaten, Online-Bannern und einer Landingpage (reifenetikette.ch) wird unter dem Motto «Schneller Bremsen. Leiser Fahren. Treibstoff Sparen.» auf die positive Wirkung von besseren Reifen aufmerksam gemacht.

## Was bedeutet die Reifenetikettenpflicht?

Neu eingeführte Reifen der Klassen C1 und C2 müssen seit Beginn dieses Jahres mit einer Reifenetikette versehen sein. Die Etikette muss gut sichtbar und lesbar auf der Lauffläche des Reifens oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht werden, wenn der Reifen zum Kauf ausgestellt wird. Ebenfalls

Der AGVS empfiehlt folgende Altreifenentsorgungsfirmen:

Firma	Ortschaft	E-Mail	Telefon	Homepage
ESA	3401 Burgdorf	info@esa.ch	031 429 00 21	www.esa.ch
G. Marelli AG Pneuhandel	4127 Birsfelden	info@marelli.ch	061 981 27 46	www.marelli.ch
Rubbertec AG	5053 Staffelbach	welcome@rubbertec.ch	062 721 37 65	www.rubbertec.ch
Jura-Cement-Fabriken	5103 Wildegg	info@juracement.ch	062 887 76 66	www.juracement.ch
Häfeli-Brügger AG	5313 Klingnau	info@haefeli-bruegger.ch	056 267 55 55	www.haefeli-bruegger.ch
AABA AG	5620 Bremgarten	info@aaba.ch	079 207 86 61	www.aaba.ch
Pneu Center Schnellmann AG	6032 Emmen	pneucenterschnellmann@bluewin.ch	041 282 26 27/37	www.swisstyre.ch
TraRec AG	6055 Alpnach Dorf	info@trarec.ch	041 666 77 77	www.trarec.ch
Rizzi Giorgio Sagl	6945 Origgio	rp@rpe.ch	079 685 24 43/091 921 49 21	www.rizzigiorgio.ch
PM Ecorecycling SAGL	6850 Mendrisio	pmpneumatici@bluewin.ch	091 630 27 40	www.pmeorecycling.ch
Roma-Line GmbH	8105 Regensdorf	info@roma-line.ch	043 305 80 70	www.roma-line.ch
K. Müller AG Transporte	8304 Wallisellen	info@kmuellerag.ch	044 878 10 30	www.kmuellerag.ch
Agir AG, Erasmo Di Fonzo	8910 Affoltern a/A	info@agir.biz	044 762 44 88	www.agir.biz

anzugeben sind die Kategorienwerte bei Online-Angeboten und technischem Werbematerial. In Anzeigen auf Plakatwänden, in Zeitungen, Zeitschriften, Radio- oder Fernsehsendungen und ähnlichen Online-Formaten (z. B. Web-Banner) gilt die Deklarationspflicht hingegen nicht.

Bei Neuwagen müssen die Reifeneigenschaften nur dann angegeben werden, wenn die Wahl zwischen verschiedenen Reifen angeboten wird. In diesem Fall müssen diese Angaben mindestens im technischen Werbematerial enthalten sein, welches der Vermarktung der wählbaren Reifen dient. Dies gilt sinngemäss auch für Angebote von Komplettträgern.

## Altreifenentsorgung

Für die Lagerung von Altreifen bestehen je nach Kanton unterschiedlich strenge Anforderungen. Bei der Entsorgung gilt es je nach Zustand der Reifen zwischen gebrauchten

Reifen und Abfall zu unterscheiden. Sofern die Mindestprofiltiefe von 1,6 mm unterschritten wurde, gelten die Reifen zum Beispiel immer als kontrollpflichtiger Abfall. Für deren Entsorgung oder Ausfuhr ist eine entsprechende Bewilligung notwendig. Garagisten sollten deshalb beim Transporteur bzw. der Entsorgungsfirma nach dieser Bewilligung fragen, damit sie nicht für eine unkorrekte Entsorgung haftbar gemacht werden können. <

 [www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch)  
[www.swisspneu.ch](http://www.swisspneu.ch)  
[www.reifenetikette.ch](http://www.reifenetikette.ch)  
[www.veva-online.ch](http://www.veva-online.ch)



Die Reifenetikette muss gut sichtbar sein.

## Die AEC-Garage des Monats

## «Kunden springen darauf an»

Freude herrscht in Oberwil BL: Die Autohaus Ryser AG wurde zum ersten «AEC-Garagenbetrieb des Monats» gewählt. 85 durchgeführte AutoEnergieCheck haben den Betrieb von Geschäftsführer Alberto Passetgio an die Spitze katapultiert.

Reinhard Kronenberg, Redaktion

■ «Am Anfang waren wir etwas skeptisch», gibt Alberto Passetgio zu, «aber dann haben wir einfach mal angefangen – und jetzt sind wir richtig angefixt.» Nach diesem Erfolg natürlich erst recht: Sein Betrieb, die Autohaus Ryser AG in Oberwil BL hat im Februar am meisten AutoEnergieCheck durchgeführt und ist «AEC-Garagenbetrieb des Monats». «Das ist der Hammer», freut sich Passetgio, «Wahnsinn, dass wir das geschafft haben!» Seit Februar prüft sein Team schlicht und einfach jedes Fahrzeug, das zum Verkauf steht, egal welcher Marke. Das sei übrigens auch ein zusätzliches Verkaufsargument, sagt Passetgio, «die Kunden springen darauf an». Sein Tipp: Er legt das AEC-Zertifikat zu den Wagenpapieren, womit es zusätzliche Bedeutung bekommt. Und er macht die Kundschaft auf den AEC-Vignette aufmerksam.

## AEC als Einstiegsthema

Passetgio ist nicht der Einzige, der entdeckt hat, dass der AEC ein ideales Einstiegsthema ist, um das Gespräch mit umwelt- und verbrauchssensiblen Kunden auf das Thema Nachhaltigkeit zu lenken. «Von da an kann man dann problemlos überleiten



Das Autohaus Ryser AG ist der «AEC-Garagenbetrieb des Monats» Februar.

auf weitere Themen wie Tagfahrlich und stromsparende Glühbirnen oder LED», sagt Passetgio. Und genauso hält es auch sein Team, ohne das ohnehin nichts gehe: «Du musst deine Leute hinter dir haben», sagt er, «und sie müssen hinter dem Produkt stehen.»

Er jedenfalls empfiehlt seinen Kollegen, das Thema AEC jetzt aktiv an die Hand zu nehmen. «Man muss es mal selber gemacht haben», sagt er. «Dann ergibt sich alles von selber.» Er wurde erst im vergangenen Jahr auf den AEC geschult, sein Betrieb ist soeben zum «AEC-Garagenbetrieb» des Monats gewählt worden – und er mutierte vom Zweifler zum überzeugten Botschafter. <

## AEC-Garagenbetrieb des Monats

Um dem AutoEnergieCheck (AEC) die verdiente Aufmerksamkeit zukommen zu lassen und den Wettbewerb zwischen den AEC-Garagen etwas zu fördern kürt der AGVS seit Februar 2015 monatlich den «AEC-Garagenbetrieb des Monats». «Die Auszeichnung erfolgt unter Berücksichtigung der Anzahl Mitarbeiter und durchgeführter Checks», erklärt Markus Peter, beim AGVS verantwortlich für Automobiltechnik & Umwelt. Daraus wird mittels einer Formel eine Quote berechnet.

Der Garagist mit der höchsten Quote pro Monat wird zum «AEC-Garagenbetrieb des Monats» ausgezeichnet und erhält das Monatstotal an Checks als Betrag in Franken. Aber aufgepasst: Dazu zählen nicht allein seine AEC, sondern das Total aller in diesem Monat gemachten Checks überhaupt. Zur Illustration: Im Februar führten alle AEC-Garagisten zusammen 542 Checks durch – dem Sieger winken damit also auch 542 Franken Siegerprämie. Markus Peter: «Es lohnt sich also, wenn engagierte Garagisten auch ihre Kollegen zur aktiven Teilnahme motivieren.»



## MOTORENÖLE REVOLUTIONNIERT AUS ERDGAS HERGESTELLT

SHELL HELIX ULTRA MIT DER PUREPLUS TECHNOLOGY | SHELL.COM/PUREPLUS



Mit dem AutoEnergieCheck wurden bereits 10 000 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart

# «Uns war schnell klar:

*Am 19. März wurde in der Forellensee-Garage in Zweisimmen die Einsparung der 10 000. Tonne CO<sub>2</sub> dank dem AutoEnergie-Check gefeiert. Der AEC-Garagenbetrieb ist stark in der Region verwurzelt, das hilft beim Verkauf – und in der Beratung. Auch und gerade, wenn es darum geht, die Natur so wenig wie möglich zu belasten. Der ganze Betrieb ist auf Nachhaltigkeit ausgerichtet.* Reinhard Kronenberg, Redaktion



Beat Salzmann führte in seiner Werkstatt bereits über 200 AutoEnergieChecks durch.

■ «Wenn es ein Geheimnis gäbe, würden wir es nicht verraten.» Beat Salzmann (57) lächelt verschmitzt, die Augen leuchten, er knufft seinen Sohn Dominic in die Seite, beide lachen. Sie haben in den letzten Monaten über 200 AutoEnergieChecks durchgeführt. Im Schnitt drei am Tag, wie Beat Salzmann selber ausgerechnet hat. «Dahinter steckt nichts anderes als Arbeit», sagt Salzmann. «Arbeit und Interesse.» Und das sei kein Geheimnis. Ebenfalls kein Geheimnis sei, dass ehrliches Interesse an einer nachhaltigen Beratung noch immer die beste Überzeugungskraft sei. Jetzt lachen beide wieder.

Die natürliche Einfachheit in der Argumentation ist ein Spiegel der Umgebung. Wir befinden uns in Zweisimmen im Simmental, praktisch in der Mitte zwischen Spiez und Aigle, in einem Tal, an einigen Stellen so eng wie eine Klamm, Hügel, die harmonisch ineinander fließen, Berge, die über der Simme erhaben thronen wie Könige. Hier ist die Natur, die der deutsche Komponist Felix Mendelssohn einst als «das grünste Tal Europas» beschrieb. Salzmanns Betrieb liegt von Spiez her kommend am Dorfeingang,

am Rande eines Naturschutzgebiets, direkt am Forellensee. «Von da her der Name», sagt der Patron und öffnet das Fenster hin zum See. «Das ist wohl einer der Aufenthaltsräume mit der schönsten Aussicht der Welt.» Stolz schwingt leise mit. Ihm ist wichtig, dass sich seine 15 Angestellten, darunter vier Lernende, wohl fühlen.

## «Man kennt sich und vertraut sich»

Stolz darf Salzmann sein. Sein vor acht Jahren ausgebauter Betrieb ist ein Musterbeispiel: Minergie-Standard, von der Heizung bis zu den Arbeitsplätzen und dem Umgang mit Stoffen wie Lacken in der brandneuen Carrosserie-Abteilung ist alles auf maximale Nachhaltigkeit ausgerichtet. Und auch Salzmanns Söhne arbeiten im Betrieb – zwei in der Garage, einer in der Carrosserie-Abteilung. Der Älteste bereitet sich Schritt für Schritt für die Übernahme vor. «In fünf Jahren dann mal», sagt Salzmann, «auch wenn ich den Jungen nicht mehr überall etwas vormachen kann.» Und wieder lachen sie beide. Übernommen hat der Patron den Betrieb vor 20 Jahren, die Garage gibt es bereits seit 1957. «Entsprechend stark ist unsere Verankerung in der



# Da helfen wir mit!»



Region», sagt Sohn Dominic, der die Werkstatt leitet. Die von der Einwohnerzahl und damit vom Potenzial her überblickbare Grösse der Region hat für den Unternehmer mehr Vor- als Nachteile. «Man kennt sich hier», sagt der Senior. «Und man vertraut sich. Das vereinfacht vieles, nicht nur das Verkaufen – aber natürlich auch das.»

Die Forellensee-Garage vertritt die Marke Skoda und repariert VW-Personenwagen und Nutzfahrzeuge. Das passe in die Gegend, sagt Salzmann, der im Schnitt 42 Fahrzeuge pro Jahr verkauft, immerhin. Er bezieht sie von der AMAG, die ihm auch die Ziele vorgibt. Man hört Salzmann nie klagen, trotzdem ist klar: Garagist sein ist manchmal hartes Brot und verlangt mitunter viel ab, auf allen Ebenen. Gerade ab Mitte Januar waren es strube Tage. Da sei es von unschätzbarem Wert,

dass er mit dem Importeur eine gute Erfahrung gemacht habe. «Es gab sofort klare Richtlinien», sagt Salzmann. Der Importeur wusste, worum es ging, und der Währungsvorteil sei unverzüglich weitergegeben worden. Das habe dann umgehend dazu geführt, «dass das Geschäft schon lange nicht mehr so einfach war».

Salzmann ist optimistisch, dass das Garagengewerbe diese Herausforderung meistere. Und auch das ist einer der Eindrücke, die rasch entstehen, wenn man bei Beat Salzmann im Betrieb steht: Dieser überhaupt nicht aufgesetzte, weil natürliche Optimismus.

## Skepsis gegenüber Neuerungen

Wie er über den AutoEnergieCheck denkt? Damals, als das Projekt im Vorstand



Beat und Martha Salzmann führen die Forellensee-Garage seit 20 Jahren.

des Auto Gewerbe Verband Berner Oberland diskutiert wurde, sei er noch skeptisch gewesen, sagt Salzmann, «skeptisch gegenüber Neuerungen, wie wir im Garagengewerbe ab und zu halt noch sind.» Doch er sah die Chance, dass ein Projekt des Autogewerbes vom Bund unterstützt werde. «Das ist ja nicht so oft der Fall», sagt er und lacht. Für ihn war deshalb schnell klar: «Da helfen wir mit!» Und weil man im Simmental weniger redet und stattdessen Hand anlegt, steht er heute da, wo er ist – und erhielt am 19. März von AEC-Botschafter Dario Cologna eine Auszeichnung für seine Bemühungen für Nachhaltigkeit überreicht.





Reto Maurer absolvierte als Kunde bei Beat Salzmann den AutoEnergieCheck.

### Aufklärung für Touristen

Der AEC sei aus vielen Aspekten eine sinnvolle Sache: Die Garagisten würden ihre Kunden in ihrem Umweltverhalten sensibilisieren, was in der Regel sehr gut ankomme und mit Sicherheit nicht nur im Simmental. «In dieser Gegend aber möglicherweise besonders, weil wir hier eine der saubersten Luft in der ganzen Schweiz haben», setzt Salzmann bei dieser Gelegenheit einen Werbespot für seine Region ab. Das kommt nicht von ungefähr, denn Salzmann lebt zum Teil vom Tourismus – er unterhält einen 24-Stunden-Pannendienst, der ihn regelmässig mit Touristen in Kontakt bringt. Auch sie klärt er über einzelne Aspekte des AEC auf – besonders beim Reifendruck: «Gerade Fahrzeuge aus Deutschland und Holland fahren mit deutlich zu tiefem Reifendruck», sagt Salzmann. «Da helfen jeweils etwas nach.» Nur selten komme es vor, dass sich diese Kunden wehren würden. «Bei uns machen wir das so», sage er jeweils. Spätestens wenn er ihnen anschliessend demonstriere, dass es

beim Stossen plötzlich eine Person weniger brauche, «staunen die nur noch».

### Motivation der Mitarbeitenden ist entscheidend

Der AEC ist für Salzmann ein Instrument, das seine Beziehung mit dem Kunden zusätzlich vertieft und über das der Garagist eine zusätzliche Kompetenz demonstrieren und sich positionieren kann. Sein Betrieb führt den AEC primär im Rahmen von normalen Services durch. Einen AEC macht er mit demselben Kunden alle zwei Jahre. Die Schulung durch den AGVS bezeichnet Salzmann als gut. Den anderen Teil müsse der Garagist selber übernehmen und meint damit die Motivation der Mitarbeitenden. Sie weist er auf Feinheiten hin, den AEC in die Diskussion einzubringen, wenn sich der Kunde grundsätzlich über die Energieeffizienz eines Neuwagens erkundige. «Die Affinität zum Thema ist dann offensichtlich», sagt Salzmann. Er freut sich besonders darüber, dass der Hinweis auf den AEC jetzt sogar auf den Früh-



Mit dieser Urkunde wurde die Forellensee-Garage ausgezeichnet.

lingscheck-Flyern, die der Importeur verschicke, aufgedruckt sei. Potenzial sieht Salzmann in der Ergänzung des AEC durch das Fahrcoaching Drive Plus, aber dazu fehlen ihm schlicht die Zeit und die Möglichkeit bzw. die Logistik, weshalb er interessierte Kunden gerne an die entsprechenden Angebote der Quality Alliance Eco-Drive verweist.

«Eine goldene Nase verdienen wir damit nicht», sagt Salzmann. Der AEC sei kein eigentliches Geschäft. Das macht er in erster Linie mit dem Verkauf, der Werkstatt, der neuen Carrosserie-Abteilung und dem Pannendienst. «Auch wenn wir nichts daran verdienen, so machen wir doch etwas für die Umwelt», sagt Salzmann. Diese Bodenständigkeit und diese Rücksicht auf die Natur haben einen natürlichen Ursprung. Salzmann ist auf einem Landwirtschaftsbetrieb aufgewachsen. Landschaftsschutz sei für ihn schon immer etwas Natürliches gewesen. «Wir haben eigentlich nie gross darüber gesprochen, wir haben es halt einfach getan.»

Typisch Simmental eben. <



Der Familienbetrieb Salzmann: Beat und Martha vorne, die Söhne Dominic, Roger und Patric (von rechts) auf dem Rücksitz.

### «Ein Znacht für die ganze Familie»

Ein bisschen vom Erfolg beim AutoEnergieCheck (AEC), mit dem die Grenze von 10 000 Tonnen eingesparten CO<sub>2</sub> überschritten wurde, gehört auch Reto Maurer (34) aus Oberwil im Simmental. An seinem Fahrzeug, einem VW Passat, wurde der betreffende AEC nämlich durchgeführt. Es ist ein Fahrzeug der Lörtscher AG, jener Firma, bei der Maurer arbeitet und die den AEC bei all ihren 13 Fahrzeugen hat machen lassen. Der eidgenössische Kranzschwinger spart mit dem AEC bis zu einem halben Liter auf 100 Kilometer und empfiehlt den AEC als ideale Kombination aus «aktiv Geld sparen beim Fahren und gleichzeitig etwas für die Umwelt zu tun». Mit dem so eingesparten Betrag gönnt er sich «einen feinen Znacht mit der ganzen Familie».

SWICA unterstützt die Versicherten in der Förderung der Gesundheit

# Gesund essen – trotz Stress

*Der Terminkalender ist randvoll – der Magen leer. Also schnell ein Sandwich essen und noch etwas Süsses knabbern. Sich im hektischen Alltag gesund zu ernähren, ist oft eine Herausforderung. Eine Ernährungsberatung kann unterstützen. SWICA leistet Beiträge an deren Kosten. swica*

■ Mehr denn je werden am Arbeitsplatz hohe Leistungen gefordert. Manche Angestellten reagieren hektisch darauf. Dabei vernachlässigen sie, sich regelmässig und ausgewogen zu ernähren. Oft führt das zu Übergewicht. Bekannt sind die möglichen Folgen: Diabetes oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Wer in einem Grossbetrieb arbeitet, hat meist die Möglichkeit, sich in einem Personalrestaurant oder in einer Kantine zu verpflegen. Dadurch kann der Arbeitgeber direkten Einfluss auf die Ernährung seiner Mitarbeitenden nehmen.

## Mit weniger Fertigprodukten gesund leben

Ein Grossteil der KMU hingegen verfügt über keine Kantinen. Die Verpflegung auswärts in einem Restaurant ist für viele Mitarbeitenden zu teuer. Sie kaufen ihr Essen in Supermärkten oder Take-aways – zum Teil eher Ungesundes wie etwa Fertigprodukte. Diese enthalten viel Zucker und versteckte Fette. Häufig werden dazu Süssgetränke, echte Zuckerbomben, konsumiert. Weniger solche Produkte zu essen und vor allem auf Limonade und Co. zu verzichten, ist bereits ein grosser Schritt in die richtige Richtung.

## Genug Zeit zum Essen planen

Ein weiterer Schritt zu gesunder Ernährung ist, sich genügend Zeit für das Mittagessen zu nehmen. Bei körperlicher Arbeit braucht es mehr Energie. Eine leichte Zwischenverpflegung ist daher sinnvoll. Die beste Voraussetzung dafür ist, wenn der Arbeitgeber seinen Mitarbeitenden die nötigen Pausen einräumt. Diese werden es ihm durch bessere Gesundheit und höhere Leistungsfähigkeit danken.

## «Gesunden Fastfood» geniessen

Bei körperlich harter Arbeit steigt der Energieverbrauch deutlich. Dieser kann durch Zufuhr von Kohlenhydraten wie Früchte und Brot gedeckt werden. Beides Produkte, die günstig und frisch in jedem



Gesunde Ernährung hilft, dem Arbeitsstress entgegenzutreten.

Supermarkt erhältlich sind. Grossverteiler bieten zudem Früchte und Gemüse an, die bereits gewaschen und in Stücke geschnitten sind. Die fertig gerüsteten Stücke lassen sich auch unterwegs von Hand essen. Es gibt also sogar «gesunden Fastfood». Auch die Zubereitung eines Sandwiches mit gesunden Zutaten ist nicht aufwendig.

## Gesund bleiben mit SWICA

SWICA unterstützt ihre Versicherten in der Förderung der Gesundheit und der Prävention von Krankheiten. Aus den Zusatzversicherungen vergütet SWICA den Kunden grosszügige Beiträge an Ernährungsberatung und andere gesundheitserhaltenden Aktivitäten in den Bereichen Bewegung und Entspannung. Zudem erhalten die Versicherten kostenlose Gesundheitsdienstleistungen wie die telefo-

nische Beratung sante24 durch Ärzte und medizinisches Fachpersonal. Diese steht den Versicherten unter der Telefonnummer +41 (0)44 404 86 86 an 365 Tagen im Jahr, rund um die Uhr und in vier Sprachen zur Verfügung. <

# SWICA

Nutzen Sie Ihre Vorteile durch die Partnerschaft des AGVS mit SWICA

[www.swica.ch/de/agvs-upsa](http://www.swica.ch/de/agvs-upsa)



INFO

## Kollektive Heilungskostenversicherung der CSS

# Eine Partnerschaft, die sich lohnt

Mit der kollektiven Heilungskostenversicherung bietet die CSS Versicherung attraktive Prämienrabatte. Davon profitieren auch Mitglieder des AGVS. css



Die ganze Familie ist mit der CSS versichert

■ Zwischen der CSS Versicherung und dem AGVS besteht ein Kollektivvertrag für die Heilungskosten. Das bringt klare Vorteile für die Versicherten. Vor allem vor dem Hintergrund, dass der Druck auf die Löhne stetig zunimmt, profitieren sowohl Mitarbeitende wie Betriebsinhaber von einer solchen Lösung. Da mehrere Personen in Form eines Rahmenvertrags im gleichen Versicherungsvertrag zusammengefasst sind und somit ihr Risiko teilen, können aufgrund der besseren Risikostruktur die Gesundheitskosten gesenkt werden. Dieser Vorteil wird in Form von Rabatten auf ausgewählte Zusatzversicherungen an die Versicherten weitergegeben.

## Auch Familienangehörige profitieren

Als Inhaber einer Garage können Sie für Ihren Betrieb jederzeit einen kollekti-

ven Heilungskostenvertrag unter dem Rahmenvertrag des AGVS eröffnen. Von den attraktiven Prämienrabatten profitieren dann nicht nur alle Arbeitnehmenden, sondern auch deren Familienangehörige. Als Arbeitgeber gehen Sie dabei keinerlei Verpflichtungen ein – es ist jedem Mitarbeitenden selber überlassen, ob er sich anschliessen möchte oder nicht. Wichtig zu wissen: Der Arbeitgeber hat keinen Einblick in die jeweiligen Versicherungsdeckungen seiner Arbeitnehmenden – der Datenschutz ist jederzeit gewährleistet.

## Zugang zum umfassenden Angebot

Bei der CSS versichert zu sein, bringt zahlreiche Vorteile: Sie steht als führender Krankenversicherer auf finanziell soliden Beinen und verfügt über ein breites Agenturnetz mit schweizweit fast 120

Agenturen. Das garantiert, dass Sie in Ihrer Nähe eine persönliche Beratung erhalten. Wie alle übrigen Versicherten haben auch die Kollektivversicherten Zugang zum umfassenden Angebot an Produkten und Dienstleistungen der CSS. So bietet sie im Bereich der Grundversicherung interessante und günstige Modelle an. Beiträge für Gesundheitsförderung gehören hierbei ebenso zum Standard wie die kostenlose medizinische Telefonberatung rund um die Uhr.

Auch im Rahmen der Zusatzversicherungen bietet die CSS attraktive Varianten an. Mit dem Versicherungsprodukt myFlex können Sie eine individuelle Lösung wählen, welche auf Ihre Bedürfnisse und Ihre finanzielle Situation abgestimmt ist. myFlex ist mit der Ambulant- und Spitalversicherung sowie mit der Alternativ- und Zahnpflegeversicherung eine perfekte Ergänzung zur Grundversicherung.

Dank einmaligen Wahl- und Wechselmöglichkeiten kann die Versicherungsdeckung optimal Ihrer aktuellen Lebenssituation angepasst werden – die CSS garantiert eine individuelle, auf die Bedürfnisse abgestimmte Beratung. Nicht umsonst lautet das Markenversprechen der CSS «Ganz persönlich». <



Weitere Informationen erhalten Sie bei der Agentur in Ihrer Nähe:

[www.css.ch/agentur](http://www.css.ch/agentur)



INFO

PostCard Creator, das Online-Kreationstool für Postkartenmailings der Post

# Werben kann so einfach sein

*Es herrscht Hektik im Betrieb. Wieder einmal wollen alle Kunden in derselben Woche ihre Winterpneus loswerden; zu verdanken dem plötzlichen Wetterumschwung. Ein untrügliches Zeichen, dass auch die Frühlingsausstellung näher rückt. Doch noch hatte niemand Zeit, sich um die Einladungen und eine Information auf der Website zu kümmern... Die Post*

■ Aufgaben, die Anne Menz immer wieder vor sich herschiebt; Werbung gehört eben nicht zu ihren Kernkompetenzen. Aber halt, hatte sie nicht kürzlich von einem Online-tool gelesen? Hoffnungsvoll stöbert sie in ihren Pendenzenbergen. Da! Genau! PostCard Creator nennt sich das Tool, mit dem man ganz einfach Postkarten gestalten und per Knopfdruck verschicken könne, wie es heisst. Einfach? Ob das auch für sie zutrifft? Sie ist schliesslich weder Grafikerin noch Informatikerin. Zögernd startet sie ihren Computer, tippt die Webadresse ein, schaut skeptisch auf den Bildschirm.

## Einfacher als erwartet

Registrieren, das wäre geschafft. Flyers und Postkarten in unterschiedlichen Grössen und Formen stehen zur Auswahl. Flyers wären praktisch zum Auflegen im Geschäft und zum Verteilen in den Briefkästen der lokalen Bevölkerung. Eine Postkarte mit Antwortelement – vielleicht für einen Probefahrt-Gutschein? Das wäre doch ideal für bestehende Kunden, überlegt sie. «Hast Du den Einladungsbrief schon geschrieben?» unterbricht Raymond Hauser ihre Gedanken. «Ähhh, nein, noch nicht, aber wie wär's mit einer Postkarte?» Ihr Chef ist erst zurückhaltend, willigt aber schliesslich ein. Also beginnt sie damit, Bilder hochzuladen und auf der Vorder- und Rückseite der virtuellen Postkarte zu platzieren. Und tatsächlich, alles geht ganz einfach. Sie entwirft einen Einladungstext, lädt ihn hoch und platziert ihn an der passen-



Mit PostCard Creator ist es sehr einfach, Postkarten zu kreieren und zu verschicken und so bei Kunden im Gespräch zu bleiben.

den Stelle. «Sieht doch schon ganz passabel aus», murmelt sie zufrieden. Mit konzentriertem Arbeiten ist aber erst mal Schluss, die ersten Kunden sind im Anflug. Anne Menz speichert ihre Eingaben mit dem Vorhaben, am nächsten Tag wieder daran zu arbeiten.

## Per Knopf in Druck

Zwei Tage später ist die Einladungskarte druckreif. Eine weitere Stunde hat sie für das Schleifen an Text und Bildplatzierung investiert. Das Hochladen der Adressen ging einfach und schnell. Nur die Personalisierung hat sie etwas Zeit gekostet, denn sie fand nicht auf Anhieb heraus, dass sie die

persönliche Anrede erst nach dem Adressieren unter «Gestalten» einfügen musste. Anfängerfehler, denkt sie nachsichtig. Der Chef ist vom Resultat begeistert. «Sieht gut aus», meint er lobend. Jetzt noch die Versandart wählen und schon geht die Karte in Druck. Auch die Verteilung geschieht ganz ohne weiteres Zutun. Anstrengend wird es für Menz erst wieder, als es darum geht, die Probefahrten zu koordinieren... <

### Spezialrabatt für AGVS-Mitglieder

Als Mitglied des AGVS profitieren Sie von der Partnerschaft mit der Schweizerischen Post. Auf den Produktionspreis von Mailings, die Sie via PostCard Creator realisieren, erhalten Sie fünf Prozent Rabatt. Dazu einfach den Aktionscode memagvs311215 beim Schritt 4 «Versenden» eingeben.

### Einsatzmöglichkeiten für Postkartenmailings

- Bekanntmachung neuer Modelle
- Einladungen zu Probefahrten, zum Autosalon oder zu Frühlingsausstellungen
- Erinnerung an den Frühlings- oder Wintercheck
- Willkommensangebot an zugezogene Personen

**DIE POST** 

Post CH AG  
PostMail  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern  
Telefon 0848 000 025  
postcardcreator.ch@post.ch

[www.post.ch/postcardcreator](http://www.post.ch/postcardcreator)

INFO

AutoScout24 mit optimiertem Auftritt und neuen Features

# Konsequenter werben – schneller verkaufen

Strukturierter und zeitgemässer: AutoScout24 präsentiert seit kurzem einen überarbeiteten Webauftritt. Damit macht der grösste Schweizer Online-Marktplatz für Neu- und Occasionswagen das Inserieren und Finden noch einfacher und nutzerfreundlicher. Im Zuge des neuen Designs profitieren auch Geschäftskunden von zusätzlichen Features. **AutoScout24**

## Einmalige Reichweite in der Schweiz

Mit rund einer Million Nutzer pro Monat ist AutoScout24 der perfekte Kanal für den Kauf oder Verkauf eines Neu- oder Gebrauchtwagens. Eine Reichweite von über elf Millionen Visits (Quelle: Net-Matrix) im Monat bietet keine andere Plattform in der Schweiz. Dieses Potenzial können Sie auf mehrere Arten für Ihren Erfolg nutzen. Neben dem direkten Verkauf via Insertion bietet AutoScout24 auch zahlreiche attraktive Möglichkeiten für Online-Werbung. Profitieren Sie jetzt vom grössten auto-interessierten Publikum in der Schweiz.

The screenshot displays the AutoScout24 website interface. At the top, it shows the logo and navigation options. A search filter is visible on the left, with fields for 'Marke', 'Modell', 'Preis bis', 'Jahr ab', 'Kilometer bis', and 'Treibstoff'. A featured advertisement for a 'DER NEUE SEAT LEON ST CUPRA KOMBI' is prominently displayed in the center. Below this, there is a grid of car listings from various dealerships, including Autos24, amag, and others. Each listing includes a car image, model name, price, and a 'Werbung' button.

■ Mit dem neuen Look orientiert sich AutoScout24 laufend an den aktuellen Bedürfnissen der Nutzer. Damit diese möglichst schnell finden, wonach sie suchen, wurden Navigation und Design überarbeitet. Eine grössere Schrift verbessert zudem die Lesbarkeit und Übersichtlichkeit. Den Bildern wird neu mehr Platz eingeräumt. Das macht die Darstellung der Angebote noch attraktiver und erhöht für den Verkäufer zugleich die Chance, für sein Fahrzeug schneller einen Käufer zu finden.

## Der Nutzer steht im Zentrum

Bei der Überarbeitung sind die neusten Erkenntnisse aus der Usability-Forschung eingeflossen. So sorgen weitere optische Hilfen, wie farbliche Hervorhebungen, eine klarer strukturierte Suchmaske sowie optimiert dargestellte Rubriken und Menüpunkte dafür, dass sich auch neue Nutzer sofort auf der Seite zurechtfinden.

Funktionalität und Ästhetik werden zu einem benutzerfreundlichen Design verbunden, welches für unterschiedlichste Endgeräte kompatibel ist. AutoScout24-Director Christoph Aebi: «Mit dem überarbeiteten Auftritt bieten wir den Kunden einen besseren Service und die grösseren Bilder wecken mehr Emotionen. Insbesondere im Händlerbereich werden wir weitere Optimierungen umsetzen und in den nächsten Monaten live schalten.»

## Effizienter Vergleich möglich

Grösste Neuheit im Händlerbereich ist das optimierte Reporting. Diese Analyse des Fahrzeugparks zeigt dem Händler auf einen Blick alle wichtigen Zahlen zu seinen Inseraten auf AutoScout24: Wie häufig haben Suchende seine Inserate angeschaut? Wie viele Kontaktmails wurden generiert? Wie häufig hat ihn jemand angerufen?



Das Sales-Team von AutoScout24.



Grösste Neuheit im Händlerbereich ist das optimierte Reporting.

Ein weiterer Teil des Reportings sind Statistiken, etwa zur Anzahl Inserate-Ansichten. Damit der Händler hier einen Vergleichswert hat, wird als Referenz der Durchschnittswert der gesamten AutoScout24-Plattform gezeigt. So sieht der Händler, ob die Performance seiner Inserate dem aktuellen Marktverhältnis entspricht.

### Verbesserungspotenzial schnell ersichtlich

Abgeschlossen wird die Übersicht mit Diagrammen zu den aktuell aufgeschalteten Fahrzeugen auf AutoScout24. So ist auf einen Blick klar, bei welchen Fahrzeugen Verbesserungspotenzial oder Handlungsbedarf besteht – etwa durch das Hochladen weiterer Bilder oder einer Anpassung des Preises.

### Automatische Zusammenfassung via E-Mail

Seit April 2015 ist das optimierte Reporting für Member-Kunden von AutoScout24 nutzbar. Für sie besteht zusätzlich die Möglichkeit, regelmässig eine Zusammenfassung dieser Zahlen via E-Mail zu erhalten. Vor allem für Händler, welche über Schnittstellen mit dem grössten Online-Marktplatz für Fahrzeuge in der Schweiz arbeiten, ist dies eine attraktive Methode, stets über die Performance der eigenen Angebote auf AutoScout24 informiert zu bleiben.

Mit der neuen Navigation und dem optimierten Reporting macht AutoScout24 den Kauf und Verkauf von Fahrzeugen noch einfacher und schneller. Davon profitieren sowohl die Endkunden, als auch die Schweizer Autobranche. <

### Gezielt werben – und von 15 Prozent Zusatzrabatt profitieren

Noch bis am 30. April 2015 profitieren Sie von 15 Prozent Zusatzrabatt auf sämtlichen Online-Werbeformaten von AutoScout24. Der grösste Online-Marktplatz für Neu- oder Gebrauchtwagen in der Schweiz bietet Ihnen im Verkauf von Fahrzeugen damit preiswerte und effektive Werbeformate, um wegen des Euro-kurses rasch Lagerfahrzeuge abzubauen und an potentielle Käufer gelangen zu können.

[www.autoscout24.ch](http://www.autoscout24.ch)

Stieger Software AG

# Stieger auf dem Tablet präsentiert

■ Im Mittelpunkt des diesjährigen Messeauftritts stand die Premiere der brandneuen Stieger Annahme-App, das «appsolut» geniale Tool für die mobile Fahrzeugannahme mit dem Tablet. Entsprechend eingeladen wurden Kunden und Interessenten stilecht mit einem mehrstufigen Tablet-Mailing, in dem der zentrale Nutzen der App plakativ hervorgehoben wurde: Spart Zeit, verdient Geld! Kein Wunder, liessen sich die Standbesucher die innovative und ins Stieger-DMS vollintegrierte Anwendung ausführlich auf dem Tablet präsentieren. «Wir verzeichnen ein grosses Interesse an unserer Stieger Annahme-App, was uns natürlich sehr freut. Damit haben wir das Bedürfnis unserer Kunden nach mehr Mobilität auch in Sachen IT voll getroffen», sagt Stephan Rissi, Leiter Verkauf und Marketing. Ein Volltreffer war auch der zum Thema passende Messe-Wettbewerb «Appsolut winner!», bei dem alle Standbesucher



Der Messestand der Stieger Software AG in der Halle 7 des Auto-Salons in Genf.

die Chance hatten, eines von drei hochwertigen Tablets zu gewinnen. «Der Auto-Salon war für die offizielle Premiere unserer

jüngsten Innovation die perfekte Plattform und «appsolut» erfolgreich», resümiert Rissi mit einem Lächeln. <

## Neue Ausbildung «Fahrzeugrestaurator»

Der AGVS informiert seine Mitglieder über die neue, modulare Ausbildung «Fahrzeugrestaurator» und zeigt potentielle Geschäftsfelder zu den Themen Oldtimerwerkstatt und Carsharing auf:

### Die Anlässe finden wie folgt statt:

- 27.05.2015: Berufsfachschule (BBB) Baden
- 16.06.2015: Gewerblich-industrielle Berufsfachschule Ziegelbrücke
- 22.06.2015: AGVS-Ausbildungszentrum Muttenz
- 29.06.2015: Schweizerische Technische Fachschule Winterthur STFW

- 01.07.2015: AGVS Mobilcity Bern
- 06.07.2015: AGVS Sektion Zentralschweiz Ausbildungszentrum Luzern/Horw
- 07.07.2015: AGVS-Ausbildungszentrum St. Gallen

### Zeitplan:

- 18.00-19.00 modulare Ausbildung zum Fahrzeugrestaurator
- 19.00-19.15 Pause
- 19.15-20.15 Carsharing zur Umsetzung im Autogewerbe

### Zielgruppen:

- Geschäftsführer/Inhaber

- KundendienstberaterInnen
- Technische WerkstattmitarbeiterInnen (Weiterbildung)
- Automobil VerkaufsberaterInnen

Ein detaillierter Bericht zu den Themenabenden folgt im nächsten AUTOINSIDE. Melden Sie sich bereits heute für den spannenden Themenabend in Ihrer Region an. Die Teilnehmerzahl ist limitiert.

[www.agvs-upsa.ch/berufsbildung/agvs-business-academy/infoveranstaltung-fahrzeugrestaurator-carsharing](http://www.agvs-upsa.ch/berufsbildung/agvs-business-academy/infoveranstaltung-fahrzeugrestaurator-carsharing)

PK MOBIL ist die Pensionskasse der Berufsverbände AGVS ASTAG 2rad Schweiz VSCI

## Tuning à la PK Mobil: Tiefergelegte Risikobeiträge.

In den letzten 5 Jahren haben wir die Risikobeiträge drei Mal gesenkt. Zum Wohle unserer Mitglieder. Bei uns sind Sie gut aufgehoben. Wir beraten Sie gerne. Ganz unkompliziert, freundlich und kompetent. PK MOBIL, Wölflistrasse 5, 3006 Bern, Telefon 031 326 20 19, [www.pkmobil.ch](http://www.pkmobil.ch)

Sicher unterwegs in die Zukunft

**PK MOBIL**  
**CP**

Neuheiten von Ihrer ESA:

# Ihre ESA lanciert weitere digitale Highlights

Am diesjährigen Automobilsalon präsentierte ESA einerseits den neuen Räderkonfigurator und ein neues Online-Termin-tool. Beide Neuheiten erleichtern den Garagisten den Arbeitsalltag im hohen Masse und bringen einen echten Mehrwert in die Betriebe. ESA

## ■ Der neue Räderkonfigurator – einfacher geht's nicht!

Es wird immer komplexer, für jeden Fahrzeugtyp die passgenauen Komponenten auszuwählen. Falschbestellungen bedeuten Zusatzaufwände und Kosten für den Besteller und den Auslieferer. Die ESA hat aus diesem Grund in den Bestellprozess

des eShops investiert und hebt ihn damit auf ein ganz neues Level. Nach der Definition des Fahrzeuges – zum Beispiel via Typenschein oder via Kennzeichen – lassen sich die passenden Reifen, Felgen und neu auch die richtigen RDKS-Sensoren anzeigen. Wählt der Garagist eine Felge aus, sieht er sofort, wie sie am ausgewählten Fahrzeug in der richtigen Farbe aussehen wird.

Die Reifensuche wurde ebenfalls nochmals vereinfacht. Ab sofort kann der Besteller via Reifen-Schnellsuche nur noch die Dimension und die Marke eingeben. Die passenden Reifen werden danach blitzschnell aufgelistet. Jetzt im unter esashop.ch einloggen und ausprobieren!

## Online-Termin-tool von SHORE – Kundenmanagement auf höchstem Niveau

Mit der neuen Software von SHORE können Endkunden die Garagen-Termine einfach und schnell online buchen, egal ob zu Hause am PC oder unterwegs per Smartphone oder Tablet. Das Tool wird in die jeweiligen Homepage's der Garagisten eingebaut und die Endkunden greifen direkt auf die Software zu. Mittels automatisierten Erinnerung-SMS oder auch E-Mails können zudem Terminausfälle reduziert wer-



Zusammen sind wir stark

den. Mit dieser Software sind die Garagisten noch stärker mit den Endkunden verbunden. Bevorstehende Ereignisse oder spezifische Promotionen (z. B. ein Angebot für einen Klimacheck) werden schnell und einfach versandt. Ein echter Mehrwert! Die Software kann via ESA in einem Abonnement zu einem Spezialpreis bezogen werden. Der Support und die Softwareinstallation erfolgt durch die Firma SHORE.

Der zuständige ESA-Aussendienstmitarbeiter steht für eine Beratung gerne zur Verfügung! <





NEVER  
STOP  
LEARNING

## AGVS Business Academy 2015

### APRIL

#### Workshop DAB+ Digitalradio, nachmittags

Die Chancen für die Automobilindustrie und die Gründe für DAB+ Digitalradio sind vielfältig. Melden Sie sich jetzt an, wenn Sie mehr über DAB+ Digitalradio im Auto erfahren möchten.

- > 14. April 2015, Bern
- > 7. Mai 2015, Bern

#### Drehbuch für den Erfolg, 1 Tag

##### Intensivworkshop mit individuellem Umsetzungscoaching

In diesem Intensivworkshop lernen Sie die Basics für Ihr persönliches Erfolgskonzept, die Denkmodelle und das Rüstzeug für die Umsetzung im Alltag.

- > 15. April 2015, Bern

#### MWST Fortsetzungs- und Vertiefungskurs, 1 Tag

Der Kurs soll bei den TeilnehmerInnen die korrekte Anwendung der MWST fördern. Anhand von praxisbezogenen Fallbeispielen und im Dialog mit dem Referenten kann das Wissen vertieft werden. (Voraussetzung: Grundkurs)

- > 29. April 2015, Winterthur

#### Eurotax AutowertPro-Kurs, 1 Tag

Sie lernen alle Möglichkeiten der Benutzereinstellungen kennen, nutzen das Autowert-Pro als Kundeninformationssystem und für die Verkaufsförderung (CRM).

- > 29. April 2015, Bern

### MAI

#### Eurotax AutocalcPro-Kurs mit Eurotax- RepairEstimate, 1 Tag

Dieser Kurs vermittelt neuen Mitarbeitern

oder Anwendern mit AutocalcPro und EurotaxRepairEstimate Erfahrung, vertiefte Informationen zu allen Programmteilen.

- > 7. Mai 2015, Bern

#### Facebook, Xing und Twitter für Autoverkäufer, nachmittags

Speziell für die Automobilbranche konzipiert. Social Media ist nicht nur für Kunden ein wichtiger Informationskanal, sondern kann ganz gezielt von jedem Verkäufer zur Verkaufsunterstützung, Kundenpflege und für Branchen Know-How eingesetzt werden.

- > 7. Mai 2015, Winterthur

#### Occasionsmanagement, 1 Tag

Für Automobilverkaufsberater: Ausstellung sowie Präsentation der Occasionen. Den gesamten Eintauchprozess erarbeiten. Bestandsmanagement von Occasionen. Dynamische Preisstrategie anhand von Beispielen auf den Internetplattformen aufzeigen und erarbeiten. CRM Kunden gewinnen und Kundenbindung.

- > 12. Mai 2015, Bern

#### Instruction électrique pour les systèmes haute tension dans les véhicules électriques et hybrides, 2 journées

Cours UPSA / Electrosuisse: Vous créez des conditions préalables sûres pour les travaux à effectuer sur les installations électriques de ce type de véhicules.

- > 12 et 13 mai 2015 à Paudex / Crissier

#### Elektro-Instruktion für Hochvolt-Systeme in Elektro- und Hybridfahrzeugen, 2 Tage

Dank dem 2-tägigen Kurs «Elektro-Instruktion

für Hochvolt-Systeme in Elektro- und Hybridfahrzeugen» werden Sie bereits heute darauf vorbereitet, um sichere Voraussetzungen für Arbeiten an der elektrischen Anlage dieser Fahrzeuge zu schaffen.

- > 21. bis 22. Mai 2015, Bern

### JUNI

#### SwissGarage Betriebswirtschafts-simulation, 1 Tag

Swiss Garage simuliert einen Schweizer Garagenbetrieb und zeigt die Stellhebel auf, die zur Verfügung stehen, um die Profitabilität zu verbessern.

- > 3. Juni 2015, Dietlikon

#### Fit fürs Telefon: Heisser Draht statt lange Leitung, 1 Tag

Professionelles Telefonieren ist anspruchsvoller, als man denkt. In vielen Firmen findet ein grosser Teil des Kundenkontaktes am Telefon statt. Deshalb ist es besonders wichtig, dass Sie wissen, worauf es ankommt. Sie lernen, was Sie beim Telefonieren erfolgreich macht und wie Sie durch Ihr kundenorientiertes Verhalten wesentlich zu einer soliden Kundenbeziehung beitragen.

- > 9. Juni 2015, Bern

#### Automobil-Verkaufsberater/in mit eidg. Fachausweis

##### Wir machen aus Talenten Profis – legen Sie den Grundstein für eine steile Verkäufer-Laufbahn!

Start Lehrgang am 20. August 2015

Die Weiterbildung zum Automobil-Verkaufsberater macht Sie kompetent für die komplexen heutigen Anforderungen im modernen Automobilhandel und unterstützt Sie dabei, in der täglichen Verkaufspraxis marktorientiert und betriebswirtschaftlich zu denken und zu handeln.

- > Infoabend am 28. Mai 2015 ab 18.00 Uhr in der Mobilcity in Bern

Die Kurse sind in der jeweiligen Kurssprache ausgeschrieben. Les cours sont proposés dans la langue correspondante. Weitere Kurse werden laufend ergänzt, eine aktuelle Übersicht finden Sie jeweils unter [www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch).

EDUQUA



[www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch), Rubrik: Berufsbildung/Business Academy



Umsetzung der gesetzlich vorgeschriebenen EKAS Richtlinien 6508

# Weiterbildung für KOPAS

Dank der Branchenlösung (BAZ) mit ihrer kurzen intensiven Schulung und den ERFA-Tagungen als Weiterbildung sind Sie stets auf dem neusten Stand und auch für allfällige Kontrollen bestens gewappnet. Zusätzlich erhalten Sie geeignete Hilfsmittel und aktuelle Unterlagen. **Manuela Jost und Karl Baumann, AGVS**

■ Wann haben Sie sich das letzte Mal zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz weiter gebildet? Oft ist es länger her oder gar niemand mehr im Betrieb zuständig. Durch eine Mitgliedschaft bei der Branchenlösung des Auto- und Zweiradgewerbes (BAZ) profitieren Sie auch in Sachen Weiterbildung, denn die Weiterbildungskurse für KOPAS (bzw. ERFA-Tagungen) sind in den Jahresgebühren inbegriffen.

Die verantwortlichen Kontaktpersonen für Arbeitssicherheit (KOPAS) sind gesetzlich verpflichtet, sich laufend weiter zu bilden.

Wir empfehlen daher den Besuch einer halbtägigen Schulung mindestens alle zwei Jahre, so sind Sie in Sachen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz wieder auf dem neusten Stand und haben den Nachweis für eine allfällige Kontrolle bereit.

Die halbtägigen ERFA-Tagungen werden jährlich von der Branchenlösung an verschiedenen Standorten in der Schweiz regional durchgeführt. Das aktuelle Programm finden Sie auf unserer Homepage: [www.safetyweb.ch](http://www.safetyweb.ch). Es stehen verschiedene Schwerpunktthemen (Sicherheitsregeln im



BAZ-Kurs in der Mobilcity Bern.

Betrieb, Gefährdungsermittlung mit Checklisten: Stolpern / Stürzen bzw. Stechen / Schneiden, Onlinelösung «asa-control») zur Auswahl und werden laufend aktualisiert. Nutzen Sie unser Angebot!

Ihr Betrieb ist noch nicht Mitglied bei der Branchenlösung? Nehmen Sie mit uns Kontakt auf! AGVS-Mitglieder profitieren von einer Vergünstigung auf dem Eintritts- und der Jahresgebühr der Branchenlösung. <

**Trägerschaft der Branchenlösung des Auto- und Zweiradgewerbes BAZ**

Wölflistrasse 5

Postfach 64

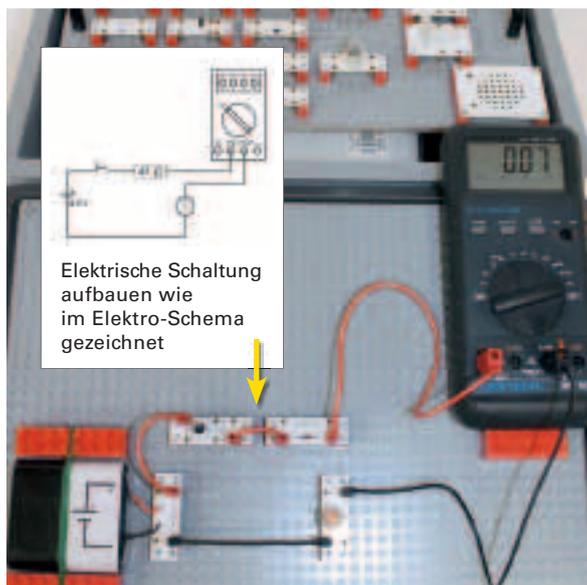
3000 Bern 22

Gratisnummer 0800 229 229

[info@safetyweb.ch](mailto:info@safetyweb.ch)

[www.safetyweb.ch](http://www.safetyweb.ch)

INFO



Elektrische Schaltung aufbauen wie im Elektro-Schema gezeichnet

## ELEXBO ELEKTRONIK-EXPERIMENTIERBOX

Elektrik- und Elektronik-Ausbildung in der Garage

Mit Elexbo können Sie Ihre Lernenden optimal in den Fachgebieten Elektrik und Elektronik in Ihrem Betrieb üben lassen.

80 Schaltungen mit hochwertigen Bauteilen, Laborkabeln und umfassendem Lehrgang



Infos: [www.elexbo.ch](http://www.elexbo.ch), Anfragen: [ccalcagni@bluewin.ch](mailto:ccalcagni@bluewin.ch)  
Phone: 079 794 96 27, Vertrieb: [www.a-car.ch](http://www.a-car.ch), [www.hoschideal.ch](http://www.hoschideal.ch)

**Neu: 4 Monate gratis ausprobieren  
Neu: AC-DC-Kit, Mosfet-Kit**

**Chemuwa Autozubehör AG**

www.chemuwa.ch

> **Neues 16 Zoll ECE Rad und Individualisierungen**

Irmscher, der Remshaldener Individualisierungs-Spezialist, beschäftigt sich seit einiger Zeit mit dem Themengebiet Vans und hat dafür eigens die Abteilung Irmscher Van Systems gegründet. Die Irmscher Produktlinie für den neu entwickelten Opel Vivaro bietet bereits zum Marktstart ein umfangreiches Individualisierungs-Programm.

Neu ins Programm aufgenommen wurde ein 16 Zoll Aluminiumrad, welches den Namen Nova trägt. Das Rad wird in unterschiedlichen Oberflächen angeboten, wobei sich speziell die exklusive Variante mit einer diamantpolierten Oberfläche abhebt. Das Besondere an diesem Rad ist neben den technischen Eigenschaften und der optischen Dif-

ferenzierung, dass dieses Irmscher Rad alle europäischen Zertifizierungen erfüllt und dadurch die ECE Norm erhalten hat.

Ausserdem bietet Irmscher einen neu entwickelten Frontschutzbügel mit EG-Norm sowie Trittröhre in ovaler Optik an. Alle Teile sind aus hochwertigem, poliertem Edelstahl gefertigt.

Mit diesen neuen Teilen macht der Opel Vivaro eine noch bessere Figur. Die Teile sind bei jedem Opel Irmscher Händler in der Schweiz erhältlich. <



Der individualisierte Opel Vivaro.

**MEWA Service AG**

www.mewa.ch

> **Flusen werden zu Dämmmaterial in der Autoherstellung**

Wie man mit einem umweltfreundlichen Mehrwegprodukt gleich doppelt Ressourcen sparen kann, macht die Weberei von MEWA vor: Jede Sekunde entstehen fünf neue Tücher, pro Jahr werden 108 Millionen Putztücher gewebt. Die Tücher können bis zu 50 Mal wiederverwendet werden.

Damit die Produktion zum umweltgerechten Mehrweg-Einsatz

der Tücher in der Industrie passt, werden sie besonders rohstoffschonend hergestellt. Zu rund 50 Prozent bestehen die Tücher aus recycelten Garnen der hauseigenen Weberei. Die Baumwollflusen, die beim Weben der Tücher anfallen, werden dem Werkstoffkreis ebenfalls wieder zurückgeführt: Vollautomatisierte Wanderreiniger saugen die Flusen auf und sammeln sie. Jährlich kommen so gegen 72 Tonnen Flusenmaterial zusammen, welches in einem weiteren Verarbeitungsschritt zu Dämmmaterial verarbeitet und in der Automobilindustrie eingesetzt wird.

Europaweit versorgt MEWA rund 120 000 Unternehmen mit Mehrweg-Putztüchern. Das sind jährlich gegen 945 Millionen Putztücher, die verarbeitet und wieder an die Kunden ausgeliefert werden. <



In der MEWA-Weberei in Deutschland wird der gesamte Bedarf an Putztüchern für Europa produziert.

**DLW**

www.ravasicorse.ch

> **Exklusivität zum kleinen Preis**

Uros, das neue Rad der italienischen Premium-Marke überzeugt durch Schlichtheit und Eleganz. Aufgrund der Konstruktion und weit herausgezogener Speichen wirkt das Rad erheblich grösser.

Verschiedenen Felgenbreiten ermöglichen Kombinationen mit extra konkaven Ausführungen für die Hinterachse.

Qualität made in Italy: In 18 bis 20 Zoll für die meisten 5-Loch Fahrzeuge erhältlich in



sieben Farbvarianten bereits ab 430 Franken. Anthrazit, Matt Black oder Silber, wahlweise frontpoliert und Matt Black voll poliert. <

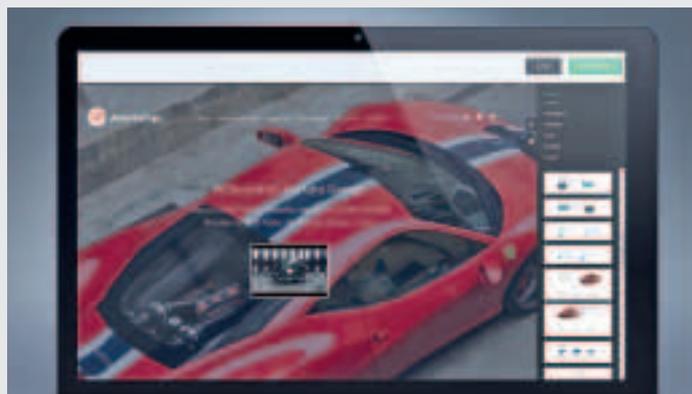
**autoricardo.ch**

www.autoricardo.ch

> **Immer aktuelle Websites mit Webshaker**

Vor der Kontaktaufnahme mit einer Garage informieren sich Kunden gerne auf der Website des Betriebes, dabei zählt der erste Eindruck und vor allem die Aktualität. Mit dem Tool «Webshaker» erstellen Garagenbesitzer auf einfache Weise eine eigene Webseite. Mit wenigen Klicks lässt sich eine individuelle Seite aus vorbereiteten Elementen zusammenstellen. Das Wichtigste: Die Webseite lässt sich genauso einfach aktuell halten. Angeboten wird das Website-Sorglos-Paket für 99 Franken pro Monat inklusive Hosting.

Ein wichtiger Bestandteil jeder Garagen-Homepage ist der Fahrzeugpark. Um diesen immer in aktueller Form in die eigene Website zu integrieren, hat autoricardo.ch ein neues Whitelabel-Angebot entwickelt. Kunden wählen fixfertige Design-Vorlagen, die auch für die Anzeige auf Handy und Tablet optimiert sind. Alternativ zur fixfertigen «plug&play»-Lösung liefert autoricardo.ch den Kunden auch die Live-Daten, mit welchen die Web-Agentur der Autohändler eine eigenständige Darstellung und Lösung programmieren kann. <



Schnell eine eigene Homepage erstellt mit autoricardo.ch.

**Meyle**

www.meyle.com

**> Neues Getriebelager für Mercedes-Benz**

Unter ihrer Marke Meyle-HD präsentiert die Wulf Gaertner Autoparts AG ein neues Getriebelager für Mercedes-Benz: Dank einer neu konzipierten Gummimischung lässt sich das Teil für mehrere Motortypen nutzen. Damit wird der Bestellprozess für Werkstätten erleichtert und diverse Mercedes-Modelle können noch schneller repariert werden.

Aufgrund starker Vibrationen und hoher Schaltkräfte verschleissen Getriebelager schnell und müssen häufig ersetzt wer-



den. Mit dem neuen Meyle-HD-Getriebelager können Werkstätten diese Nachfrage von Mercedes-Benz-Fahrern künftig sehr unkompliziert erfüllen: Im Gegensatz zu den Originalversionen, bei denen je nach Motortyp unterschiedliche Qualitätshärtungen im Gummi zum Einsatz kommen müssen, haben die Ingenieure des Hamburger Herstellers die Gummimischung neu konzipiert. Sie ist jetzt so ausgelegt, dass sie für verschiedene Modelle einsetzbar ist. Neben einem kompakten Aufbau des HD-Teils sorgt die optimal abgestimmte Gummimischung auch dafür, dass Vibrationen besser abgefedert werden. Dies führt zu einer längeren Lebensdauer des Getriebelagers, was dieses stark beanspruchte Teil auch äusserst interessant für die Fuhrparks von Taxiunternehmen macht. <

**Lester AG**

www.lester.ch

**> Erste Wahl für die deutsche Premium-Klasse**

Die neue Felgenmarke, die Sportlichkeit und Qualität bezahlbar macht.

Konkaves, optisch grösser wirkendes 8-Speichendesign aus der «Black Series» Linie mit einer in edlem Satin Black gehaltenen Oberfläche.

Die zwei zunächst in 20 Zoll

erhältlichen Grössen mit unterschiedlich konkaver Formgebung lassen sich an Vorder- und Hinterachse kombinieren. Passend für viele Modelle von Audi, BMW, Mercedes, Seat, Skoda und VW. Perfektes Finish – auch wintergeeignet. <

**OTA keys**

www.otakeys.com

**> Virtueller Schlüsseldienst für Mobilitätsanbieter**

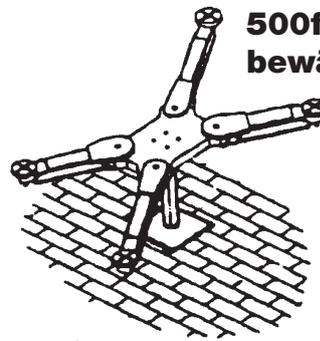
Das wachsende Interesse an Alternativen zum klassischen Autobesitz führt zu einem Boom der Car-Sharing-Angebote. Damit diese neue Art der Nutzung von Autos und anderen Fahrzeugen besonders komfortabel und sicher realisiert werden kann, haben das internationale Technologieunternehmen Continental und der belgische Automobil-Service-Spezialist D'leteren ein Joint-Venture zur Entwicklung und Durchführung von verschiedenen Car-Sharing-Diensten gegründet. Das Joint-Venture trägt den Namen OTA keys. Der grösste Produktbereich des neuen Unternehmens sind Fahrzeug-Schlüssel, die rein virtuell existieren und drahtlos über das Mobiltelefon übertragen und genutzt werden können. Diese Technik lässt sich sowohl in Firmen-



Flotten, bei Car-Sharing-Unternehmen oder auch bei Mietwagen-Firmen einsetzen. «Seit 2008 arbeiten wir bereits am rein virtuellen Autoschlüssel. Mit OTA keys werden wir den verschiedenen Car-Sharing-Anbietern, Flottenbetreibern und Mietwagen-Anbietern ein Komplettpaket an Diensten anbieten können, um den Kunden ein komfortables, sicheres und gerne auch spontanes Fahrerlebnis zu ermöglichen», erklärt Andreas Wolf, Leiter des Continental-Geschäftsbereichs Body & Security. <

## 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](http://www.gesag.ch)

**AUTOINSIDE – Offizielles Organ Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)**

88. Jahrgang, 11 Ausgaben in deutscher und französischer Sprache, WEMF-/SW-beglaubigte Auflage 13/14: 11 415 Exemplare davon 8545 Deutsch, 2870 Französisch

**Herausgeber**

Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)  
info@autoinside, www.agvs-upsa.ch

**Verlag**

AUTOINSIDE  
Wölflistrasse 5, Postfach 64, 3000 Bern 22  
Tel. +41 31 307 15 15, Fax +41 31 307 15 16  
verlag@autoinside.ch, www.autoinside.ch  
Katrín Portmann (Verlagsleitung und publizistische Leitung)

**Abonnemente**

Jahresabonnement Schweiz  
CHF 110 inkl. MWST,  
Einzelnnummer CHF 11, Ausland auf Anfrage  
Tel. +41 31 307 15 22, Fax +41 31 307 15 16  
abo@autoinside.ch, www.autoinside.ch

**Redaktion**

AUTOINSIDE  
Flurstrasse 50, CH-8048 Zürich  
Tel. +41 43 499 19 81, Fax: +41 43 499 19 78  
redaktion@autoinside.ch  
Redaktionsteam: Reinhard Kronenberg (kro),  
Sascha Rhyner (srh), Jean-Pierre Pasche  
(jpp), Anselm Schwyn (as), Bruno Sinzig (bs)

Weitere Beiträge von:  
Karl Baumann, Manuela Jost, Markus Peter,  
Tobias Treyer, Urs Wernli

**Gestaltung**

Heini Schmid, Robert Knopf

**Anzeigen**

Kneisel Media  
Schlossmatte 15, Postfach 1220  
CH-3110 Münsingen  
Tel. +41 79 755 04 44 / +41 31 791 11 56  
Fax +41 31 791 11 52  
autoinside@bluewin.ch, www.autoinside.ch  
Günther Kneisel

**Druck / Versand**

galledia ag  
www.galledia.ch

Die erscheinenden Meldungen sind nach bestem Wissen recherchiert. Der AGVS übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Artikel.



gedruckt in der  
schweiz

**AGVS | UPSA**

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

# Es gibt einfachere Wege, an neue Kunden zu kommen.

Alle Infos unter: [autorricardo.ch/haendler](http://autorricardo.ch/haendler) oder 041 769 34 64

