

TELEMATIK

# Direktannahme 2020

Die Telematik – der automatisierte Datenaustausch mit dem Fahrzeug – soll einen neuen Goldrausch im Kfz-Service auslösen. Ein Marktteilnehmer etwa spricht von 30 Prozent mehr Umsatz. Doch ist das realistisch, wenn der Servicemarkt eigentlich stagniert?



Die fetten Jahre sind vorbei. Teileumsatz, Margen, verkaufte Werkstattstunden – im deutschen Servicemarkt ist in den nächsten Jahren bestenfalls Stagnation angesagt. Das liegt heute vor allem an der insgesamt verbesserten Qualität der Fahrzeuge und den langen Inspektionsintervallen; morgen kommen noch die Elektrofahrzeuge hinzu, die kein Öl und kaum noch Verschleißteile brauchen. Und mit groß angelegten Rückrufaktionen die Werkstattauslastung steigern, wie es VW gerade macht, ist natürlich auch keine nachhaltige Lösung.

Ironiemodus aus. Es ist ja nicht so, dass die Automobilindustrie nicht versuchen würde, den Werkstätten in Sachen Servicegeschäft zu helfen. Das passiert natürlich nicht aus reiner Menschenfreundlichkeit, sondern weil die Konzerne vom Teileabsatz ebenfalls profitieren. Per Telematik sollen die Autos zukünftig ihren Servicebedarf automatisch an die Kfz-Betriebe weitergeben. Dahinter steht folgende Hoffnung: Wenn der Fahrer nur noch einen Knopf im Auto drücken muss, um einen Werkstatttermin zu vereinbaren, dann wird er nicht lange im Internet nach alternativen und möglicherweise markenfreien Anbietern suchen.

Bei Telematikfahrzeugen verschleifen Bremsbeläge und Motoröl zwar auch nicht schneller, aber die direkte Anbindung an die markengebundenen Werkstätten soll diesen die Ausschöpfung ihres Umsatzpotenzials erleichtern und die Kundenbindung verbessern. Schmachhaft machen will man den Autofahrern diese gut gemeinte Überwachung mit praktischen Zusatzfunktionen und unterhaltsamen Apps.

Beispiel Nissan: Im Februar stellte der japanische Autohersteller ein Telematikkonzept für seinen europäischen Fahrzeugpark vor. „Wir wollen Bestandsfahrzeuge mit einer Datenplattform vernetzen, auf die die Händler Zugriff haben. Zusammen mit einem verbesserten Zubehörangebot für unsere Fahrzeuge soll das den Serviceumsatz bis 2022 um 30 Prozent steigern“, erklärt Daglef Seeck, Direktor Aftersales bei Nissan Center Europe.

30 Prozent! Das ist eine kernige Aussage – auch wenn nicht alles auf das Konto der Vernetzung gehen soll. Die Voraussetzung dafür ist der Einbau eines Loggers, der die Fahrzeugdaten aus dem CAN-Bus ausliest und per Mobilfunk an Nissan sendet. Dieses Gerät

kann auch in Bestandsfahrzeuge eingebaut werden – allein in Deutschland eignen sich laut Daglef Seeck 350.000 Einheiten dafür. Die Vermarktung soll Anfang 2018 starten.

Nissan ist selbstverständlich nicht der einzige Hersteller, der die Kundenbindung auf diesem Weg verbessern will. Vor allem die deutschen Premiumanbieter sind teils schon deutlich weiter. »kFz-betrieb« hat sich bei Audi, BMW und Mercedes-Benz nach dem Stand ihrer Telematikaktivitäten erkundigt.

### Audi Connect

Der Ingolstädter Hersteller bietet seinen Onlinedienst Audi Connect bereits seit rund sechs Jahren an, hat ihn aber 2016 durch die Einführung einer fest im Fahrzeug verbauten SIM-Karte wesentlich aufgewertet. Connect kostet im Neuwagen 350 Euro Aufpreis, wobei die europaweite Daten-Flatrate schon inbegriffen ist. Das Angebot umfasst vor allem Entertainment- und Navigationsfunktionen. Über den Zusatzbaustein »Notruf und Service« lässt sich aber auch ein Servicetermin vereinbaren. Dazu muss der Fahrer vorher einen Audi-Partner definieren, dem die Daten zugespielt werden. Auch die Schadenabwicklung lässt sich per Audi Connect einleiten. Car-2-Infrastructure-Funktionen sind in Audi Connect ebenfalls schon aktiv: So bekommt der Fahrer Warnungen vor Gefahrenstellen übermittelt. Audi Connect ist nur in Neufahrzeugen verfügbar; eine Nachrüstung ist nicht vorgesehen.

### BMW Connected

Fast namensgleich präsentiert sich das Vernetzungsangebot von BMW: Connected. Dabei handelt es sich um eine Onlineplattform, über die das Auto nahtlos in die digitale Umgebung des Fahrers, also seine Smartphones und sonstigen Onlinedienste, eingebunden werden soll. Als digitaler Assistent vernetzt Connected beispielsweise den Terminkalender des Nutzers mit dem Navigationsgerät im Auto. Der Wagen übermittelt zudem vollautomatisch und bedarfsorientiert die fahrerbezogenen Servicedaten an BMW. Der vorher definierte Händler greift auf die Daten zu, wertet alle relevanten fahrerbezogenen Informationen aus

und kann den Werkstattaufenthalt so schon vorbereiten – noch bevor er telefonisch einen Termin vereinbart. BMW Connected lässt sich zwar nicht nachrüsten, ist aber auch von älteren Modellen aus nutzbar, wenn sie bereits mit der Sonderausstattung Connected Drive Services ausgerüstet sind.

### Mercedes me

Den wohl umfassendsten Vernetzungsansatz haben die Schwaben mit Mercedes me vorgestellt. Denn mit dem Connect-me-Adapter, der nur 49,49 Euro plus Einbau kostet, können insgesamt 24 Pkw-Baureihen ab Baujahr 2002 nachgerüstet werden. Laut Hersteller haben bereits rund 15.000 Kunden den Adapter einbauen lassen. Auch dieses System kann den Wartungsbedarf ermitteln und an einen

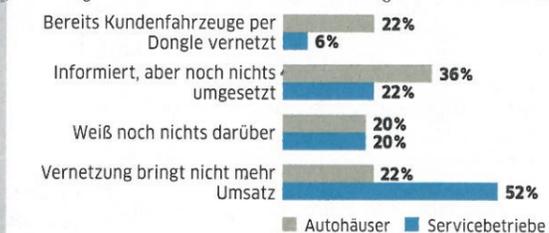
Mercedes-Händlerbetrieb weiterleiten, der dann einen Termin mit dem Kunden vereinbart. Eine fahrerseitige SIM-Karte ist nicht nötig, da der Adapter per Bluetooth mit dem Smartphone des Nutzers kommuniziert. Dieser muss dafür die Me-App installiert haben. Voraussetzung auf Händlerseite ist das Mercedes-me-Connect-Retail-System. Im Me-Portal lassen sich übrigens noch viele weitere werkstattrelevante Funktionen abrufen, beispielsweise das digitale Serviceheft. Doch ganz gleich, ob der Autohersteller das Telematikkonzept bereit-

„Wenn man den Telematiklösungen der OEMs etwas entgegenzusetzen will, dann muss das eine einheitliche Lösung für den gesamten freien Markt sein.“

Gerd Heinemann, BBE Automotive

### Telematik I

Die Vernetzung von Kundenfahrzeugen mit der Werkstatt soll die Kundenbindung verbessern und den Serviceumsatz steigern. Wie stehen Sie dazu?



Fast jeder zweite Inhaber einer freien Werkstatt ist Kunde beim Automobilhersteller beziehungsweise vertragsgebundenen Kollegen. Die unabhängigen Teilegroßhändler beliefern neben den freien Kfz-Betrieben auch 70 Prozent der Vertragswerkstätten.

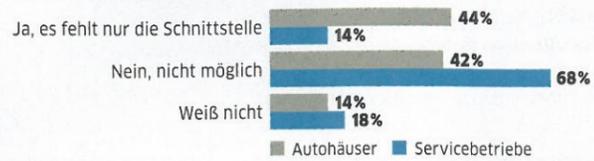
Quelle: BBE

kfz-betrieb

Bild: Daimler AG

**Telematik II**

Ist Ihr Dealer-Management-System bereits darauf ausgerichtet, Telemetrie-daten zu empfangen und auszuwerten?



In 42% der AH und 68% der SB ist das verwendete DMS noch nicht in der Lage, Telemetriedaten zu empfangen und auszuwerten. 44% der AH und 14% der SB meinen, dass dazu die nötige Schnittstelle fehlt.

Quelle: BBE kfz-betrieb

**Telematik III**

Angenommen, der OBD-Dongle für das Kundenfahrzeug kostet 99 Euro ...?



36% der AH und 22% der SB würden den Werkstattkunden einen Dongle im Wert von 99 Euro kostenfrei einbauen in der Hoffnung auf nachgelagerte Serviceumsätze.

Quelle: BBE kfz-betrieb

**ZULIEFERER**

**Drivelog, Openmatics und Co.**

In Speditionen und bei Busunternehmen ist die Telematik längst Alltag, berichtet Thomas Rösch, Geschäftsführer von Openmatics. Das Unternehmen ist Teil des ZF-Konzerns und für die digitale Informationsübermittlung vom und zum Fahrzeug zuständig. Mit der Erfahrung aus dem Nutzfahrzeugmarkt bereitet sich Openmatics derzeit auf seinen Start im Pkw-Segment vor. Das Unternehmen hat einen OBD-Dongle entwickelt, der mit seiner integrierten SIM-Karte unabhängig vom Smartphone des Fahrers ist. Das Gerät ist in erster Linie für die Vermarktung durch Kfz-Betriebe bzw. Werkstattnetze gedacht, um die Kundenbindung zum freien Markt zu verbessern. Aber auch eine Zusammenarbeit mit Versicherungen und anderen Großkunden kann sich Thomas Rösch in Zukunft vorstellen. Um die Endkunden anzusprechen, bietet das Gerät eine Vielzahl von Zusatzfunktionen – vom elektronischen Fahrtenbuch über die Ladungsüberwachung bis hin zum WLAN-Hotspot. „Nur wegen der Diagnosefunktion kauft das nämlich niemand“, ist sich Thomas Rösch sicher. Trotz des eigenen Angebots unterstützt ZF Aftermarket das Caruso-Projekt des freien Teilehandels. Die Openmatics-Daten lassen sich beispielsweise zu Caruso weiterleiten. Continental hat auf der letzten Automechanika V-Analytics vorgestellt, eine cloudbasierte Serviceplattform, die mobilitätsbezogene Dienste für Fahrer und Firmenkunden anbietet. Die dafür erforderlichen Fahrzeugdaten stellt das Unternehmen mit seiner Remote-Daten-Plattform zur Verfügung. Zu den ersten realisierten Diensten zählt das Customer Relationship Management „CRM+“, das Werkstätten und die Fahrzeuge ihrer Kunden vernetzt. Es basiert wie Openmatics auf einem Dongle, der an die OBD-II-Schnittstelle angeschlossen wird. Der Händler hat über ein Web-Interface Zugriff auf die Plattform, für die Kunden steht

eine Smartphone-App zur Verfügung. Der Dritte im Bunde der deutschen Großzulieferer, Bosch, ist mit seiner Plattform Drivelog schon seit 2012 aktiv. Bislang eine reine Internetplattform mit Diensten und Informationen rund um die Mobilität, hat nun auch Drivelog mit einem OBD-Dongle eine Direktverbindung zum Fahrzeug bekommen. Allerdings funkt er nicht direkt an die Endstelle, sondern per Bluetooth an das Smartphone des Autofahrers. So kann dieser seine Fahrdaten auslesen, die Ursache für Fehlermeldungen erkennen und natürlich auch einen Werkstatttermin vereinbaren. OBD-Dongles und dazugehörige Diagnose-Apps gibt es auch von vielen anderen Anbietern. Doch alle stehen vor der gleichen Herausforderung: Um wirklich an interessante, servicerelevante Daten (OBD-Level 2) heranzukommen, sind gute Kontakte in die Erstausrüstung notwendig, über die nur große Zuliefererkonzerne verfügen.



Das Openmatics-Portal von ZF bietet vielfältige Funktionen, unter anderem zur Fuhrparksteuerung.

**kfz-betrieb**

stellt oder man sich für das Angebot eines Zulieferers entscheidet (siehe Kasten) – der Kfz-Betrieb muss auch imstande sein, die Datenflut auszuwerten und entsprechend zu nutzen. Denn was bringt es, wenn der Wagen von Kunde Max Mustermann zwar den nahenden Bremsbelag-Exitus per Funk ankündigt, aber am anderen Ende niemand zuhört?

**Freie Betriebe sehen die Vernetzung als Gefahr**

»kfz-betrieb« hat sich im Rahmen einer BIX-Umfrage bei markengebundenen Autohäusern und Freien Werkstätten umgehört, wie sie die Zukunftschancen des telematikbasierten Servicegeschäfts einschätzen. Erste überraschende Antwort: Bereits jeder fünfte Markenbetrieb hat Kundenfahrzeuge per Dongle vernetzt, und weitere 36 Prozent haben sich über das Thema informiert. Immerhin trauen auch 78 Prozent aller gebundenen Betriebe dieser Technik einen positiven Einfluss auf den Serviceumsatz zu. Bei ungefähr jedem zweiten Betrieb ist das DMS be-

reits fähig, solche Daten zu empfangen – nur die entsprechende Schnittstelle muss programmiert werden. Interessant ist auch, dass viele Betriebe bereit wären, dem Autofahrer das nötige Auslese- und Sendegerät kostenfrei einzubauen, weil sie auf nachgelagerte Umsätze hoffen. Vielen Betrieben ist also das Potenzial der Vernetzung bewusst.

Auffällig ist aber die große Diskrepanz zwischen den Markenwerkstätten und den freien Betrieben. Diese zeigt sich sowohl in der BIX-Umfrage von »kfz-betrieb« als auch in einer Studie, die BBE Automotive gemeinsam mit VREI, dem Verein Freier Ersatzteilmärkte, durchgeführt hat. „Viele freie Werkstätten haben regelrecht Panik vor der Telematik und den damit verbundenen Anforderungen an die Technik“, fasst BBE-Geschäftsführer Gerd Heineemann zusammen. Immerhin 21 Prozent von ihnen sehen in der Vernetzung eine Wettbewerbsverzerrung.

**Endlich den Gebrauchtkäufer erreichen**

Doch wenigstens scheint sich die Hoffnung auf steigende Umsätze auch unter den markenunabhängigen Unternehmen zu verbreiten. In der BBE/VREI-Studie, die Ende 2015 erhoben wurde, waren noch 81 Prozent der Meinung, im Connected Car steckten keine Chancen. In der aktuellen BIX-Erhebung sank diese Zahl auf 52 Prozent.

Auch nach Ansicht von Gerd Heineemann bietet die Vernetzung aber zuerst den Markenbetrieben die Chance, die Kundenbindung zu verbessern. Zu betrachten sei jedoch das unterschiedliche Verhalten von Neuwagen- und Gebrauchtkäufern: Während Erstere ohnehin länger ihrem Markenhändler treu blieben und sich dieses Verhalten noch verstärken dürfte, wenn ihr Auto mit diesem Betrieb vernetzt sei, haben Gebrauchtkäufer meist wenig Bindung an ein Autohaus. Ob sich das nun durch die Telematik ändert, bleibt abzuwarten.

Um ein Alternativangebot zu den OEM-Datendiensten zu schaffen, arbeitet der freie Ersatzteilmarkt an entsprechenden Plattformen. Hier ist beispielsweise Caruso zu nennen, ein Portal, das der Datenanbieter Tec Alliance derzeit aufbaut. „Wenn man den Telematiklösungen der OEMs etwas entgegensetzen will, dann muss das eine einheitliche Lösung für den gesamten freien Markt sein und kein Nebeneinander vieler Einzellösungen“,



Mit dem Connect-me-Adapter können auch ältere Mercedes-Fahrzeuge vernetzt werden.

betont Aftermarket-Experte Gerd Heineemann.

Doch genau danach sieht es derzeit aus. Während Bosch bereits mit seinem Portal Drivelog aktiv ist, bauen die bei-

den anderen deutschen Zulieferriesen Continental und ZF derzeit ebenfalls Telematikkonzepte auf. Zudem haben sich die im VDA organisierten Autohersteller geeinigt, unabhängigen Markt-

teilnehmern die Daten ihrer Kunden „diskriminierungsfrei“ zur Verfügung zu stellen.

Doch darf man eines nicht vergessen: Nicht alle Marktteilnehmer können durch die Telematik etwas gewinnen. Diese kann den Kuchen nur neu verteilen – ein Wachstum des Marktes insgesamt ist nicht zu erwarten.

JAN ROSENOW

**NOCH FRAGEN?**

Jan Rosenow, Redakteur



„Die Vernetzung macht es den Autofahrern leicht, sich für den Markenservice zu entscheiden. Doch das Bestandswachstum wird lange dauern – Zeit für die freien Werkstätten, sich anzupassen.“

0931/418-2179  
jan.rosenow@vogel.de

Orio. Der neue Lieferant für Ersatzteile in Erstausrüsterqualität



Online Bestellportal



Lieferung innerhalb von 24 Stunden



30 Tage kostenlose Rückgabe



3 Jahre Garantie

UNSERE LIEFERANTEN

ARTEX BOSCH CORTECO DAYCO EXIDE FAG HELLA Hengst LEMFÖRDER LESJÖFORS LUK Mobil PHILIPS SACHS TEXTAR TRW Wepp

orio.com/3jahre

