

Fragen an ...



Patrick Fruth, Leiter Division Auto Service TÜV SÜD

TÜV SÜD baut den Bereich automatisiertes Fahren weiter aus. Welche Bedeutung hat dieses Zukunftsthema?

Das autonome als auch das assistierte Fahren betrifft uns als Prüforganisation und Dienstleister unmittelbar. Wir sind gerade dabei, uns hier personell massiv zu verstärken. Mit Dr. Abdellatif haben wir die optimale Besetzung für die Leitung des Bereiches Highly Automated Driving (HAD) gefunden. Er ist ein ausgewiesener Fachmann für Fahrassistenzsysteme, Software und Data Security.

Was sind die Aufgaben des Teams?

Automatisiertes Fahren betrifft die Homologation von Fahrzeugen in sehr starkem Maße. Hier geht es unter anderem um die teilweise Umstellung auf simulationsbasierte Prüfungen. Man wird künftig aufgrund der Komplexität nicht mehr alles im Feldversuch machen können. Letztlich ist es unsere Aufgabe, sichere Prüfmethoden für die Typzulassung zu entwickeln.

Ergeben sich auch neue Geschäftsmodelle für Prüforganisationen?

Das Geschäftsmodell verändert sich mit dem Nutzerverhalten. Die Nutzung einer Mobilität wird zunehmend wichtiger, der Besitz hingegen wird abnehmen. Im Bereich automatisierten Fahrens müssen wir es zusammen mit den Fahrzeugherstellern und dem Gesetzgeber schaffen, eine Plattform aufzubauen. Da noch keine Regeln existieren, gibt es noch keinen Zwang für die Hersteller, sich beim Thema Software weiter zu öffnen. Dabei ist der Handlungsbedarf offenkundig. Nehmen Sie die Software-Updates, die über die Funkschnittstelle, also over the air, aufs Auto gespielt werden. Wer prüft hier eigentlich die „IT Security“, wer die „Functional Safety“? Wer stellt sicher, dass die Software unverändert im Auto ankommt und wer prüft den Inhalt der Software, um eine Gefährdung im Verkehr auszuschließen? Es handelt sich bei solchen Updates im Grunde um eine Anpassung der Betriebserlaubnis des Fahrzeugs.

STRATEGIE

Neue Herausforderungen

Digitale Services für Privat- und Geschäftskunden, automatisiertes Fahren und neue Dienstleistungskonzepte sind topaktuelle Themen für die Prüfgesellschaft TÜV SÜD. „Wir stellen uns darauf ein, dass Kunden die Hauptuntersuchung am Sonntagabend zu Hause vom Sofa aus auf ihrem Tablet vereinbaren wollen“, erklärt Patrick Fruth, Leiter Division Auto Service TÜV SÜD. Die Onlinebuchungen nehmen deutlich zu. Die Prüfgesellschaft hat viel getan, um die Erreichbarkeit zu verbessern, beispielsweise gibt es die Online-Terminvereinbarung über die Webseite jetzt „responsive“, um die optimale Darstellung auf Tablet und Smartphone zu gewährleisten. „Natürlich haben wir auch weiterhin jene Kunden im Blick, die ganz klassisch lieber telefonisch mit uns in Kontakt treten“, ergänzt Fruth.

Auch im B2B-Bereich hat TÜV SÜD zuletzt mit dem „Blue Button“-Konzept ein effektives Tool für das Schadenmanagement im Autohaus entwickelt. „Zusammen mit unserem webbasierten Kundenportal verknüpfen wir den klassischen Prozess mit der digitalen Welt: Der Kunde, beispielsweise ein Autohaus, kann per personalisierter App seinen Bedarf im Schadenmanagement anmelden. Im Sinne eines Concierge-Service melden wir uns innerhalb von 120 Sekunden beim Kunden und disponieren den Auftrag“, erläutert Patrick Fruth den Prozess. Der Schadengutachter bekommt den Auftrag

digital zugespielt, bearbeitet diesen und das Gutachten steht den Beteiligten ebenso in Echtzeit zur Verfügung wie die Archivierung und Abrechnung, die ebenfalls voll digital erfolgen.

Im Bereich der periodischen Prüfung hat TÜV SÜD ein neues Prüfstellenkonzept in Modulbauweise vorgestellt. Patrick Fruth: „Die Blue Box ermöglicht es uns, sehr flexibel auf die Nachfrage zu reagieren. Wenn ein Autohaus gerne die Prüfstelle vor der Haustür hat, über entsprechendes Kundenpotenzial verfügt und uns einen Platz zur Verfügung stellt, können wir die Blue Box dort in kurzer Zeit mit überschaubarem finanziellen Aufwand aufstellen.“

Das Thema sei auch vor dem Hintergrund der Scheinwerferprüfrichtlinie zu sehen. Viele Betriebe wollen die Investitionen für einen richtlinienkonformen Prüfplatz nicht auf sich nehmen. Die Blue Box könne da eine Alternative sein, denn sie enthalte einen richtlinienkonformen Prüfplatz für die HU. Zudem gewinnen Autohäuser zusätzlichen Platz in der eigenen Werkstatt. „Wenn es sich um eine öffentlich zugängliche Prüfstelle handelt, schaffen wir damit sogar noch zusätzlichen Traffic für das Autohaus“, ergänzt Patrick Fruth. Die Blue Box mache auch als Shop-in-Shop-Lösung Sinn, sofern man den Prüfstützpunkt mit HU, Schadenmanagement, aber auch Gebrauchtwagenbewertung ausreichend auslasten könne.



Mit der Blue Box hat TÜV SÜD ein neues, flexibel einsetzbares Prüfstellenkonzept entwickelt.

Foto: Diemar Winkler

RETRO CLASSICS

Mit Besucherrekord aus der Nische

Jede Menge los – war auf dem TÜV SÜD Stand auf der Retro Classics 2017. Mehr als 90.000 Besucher kamen zur Messe für Old- und Youngtimer auf dem Stuttgarter Messegelände. Der, laut Messeleitung, neue Besucherrekord war auch auf dem TÜV SÜD-Stand erlebbar. „So viele Kunden, Interessierte und Old- und Youngtimerfans hatten wir noch nie auf dem TÜV SÜD-Stand“, so Lars Kammerer, Leiter Marketing, TÜV SÜD Auto Service und verantwortlich für TÜV SÜD Classic. Es zeigt sich, dass das Thema kein Nischenphänomen mehr ist. „Young- und Oldtimer sprechen sehr große Bevölkerungsschichten an – sie sind Sympathieträger und können Autohäusern und Werkstätten helfen ihre regionale Händlermarke zu stärken“, so Kammerer. Diese und weitere Erkenntnisse in Bezug auf Autohäuser und Werkstätten lesen Sie im TÜV SÜD Classic Barometer, das auf der Messe vorgestellt wurde. Es kann kostenlos unter www.tuev-sued.de/classic angefordert werden. Das Motto am TÜV SÜD-Messestand lautete: Zurück in die Zukunft. Passend zum Film-



Foto: Alexander Jank

Zurück in die Zukunft am Stand von TÜV SÜD: Der DeLorean DMC-12 war Publikumsmagnet.

klassiker gab es einen besonderen Klassiker auf vier Rädern zu sehen: ein DeLorean DMC-12, den ein Liebhaber filmreif umgebaut hat. Was beim Wertgutachten eines Oldtimers zählt, erfuhren Messebesucher am Stand von TÜV SÜD im Rahmen einer Live-Bewertung aus erster Hand.

DIGITALISIERUNG

Infos zu digitalen Autohaustools

Kunden suchen heute zuerst im Internet, bevor sie den Weg ins Autohaus finden. Daher ist es für Betriebe wichtig, einen Fokus auf die eigene Onlineperformance zu legen. Autohäuser und Kfz-Betriebe werden erst durch eine leistungsfähige Internetseite sichtbar. Für eine gute digitale Performance ist es wichtig, bestimmte Kennzahlen im Auge zu behalten. Informationen über die wichtigsten Analysetools hat TÜV SÜD Consulting unter www.tuev-sued.de/digitale-autohaus-tools zusammengestellt. Bei der Auswertung der Besuchsdaten auf Webseiten sind Google Analytics und Piwik weit verbreitet. Beide Tools haben jeweils eigene Stärken und Schwächen. Google Analytics ist das Analyse-Tool mit dem größten Marktanteil in Deutschland. Für Autohäuser bietet es eine Vielzahl von Funktionen und Auswertungsmöglichkeiten. Durch die einfache

Bedienung eignet sich Google Analytics auch ohne Vorkenntnisse zum Monitoring der Webpräsenz. Das Website-Analysetool Piwik bietet als Open Source Software ähnliche Funktionen wie Google Analytics. Piwik bietet ebenfalls eine Echtzeitanzeige an sowie Informationen darüber, welche Seiten der User besucht hat, wie viele Aktionen er auf der Webseite gemacht hat und an welcher Stelle er die Website verlassen hat. In Deutschland ist Piwik die meist verwendete Alternative zu Google Analytics. Unter dem Gesichtspunkt der Datensicherheit und des Datenschutzes ist Piwik sogar die bessere Alternative. Bei Piwik werden die Daten auf dem eigenen Server gespeichert und die Datenhoheit obliegt einzig und allein dem Webseitenbetreiber.

Mehr Info unter www.tuev-sued.de/digitale-autohaus-tools

Kolumne



Kurt Deppert, TÜV SÜD Auto Service: jetzt auch für Vertrieb verantwortlich

Seit Jahresbeginn zeichnet Kurt Deppert (55), Leiter Business Development bei TÜV SÜD Auto Service, zusätzlich verantwortlich für den Vertrieb. Er übernimmt diese Funktion von Stefan Herzog, der für das Unternehmen nach Asien wechselt. Im Prüfungsbereich hat Kurt Deppert schon mehrere Stationen durchlaufen: Ab 2005 Mitglied der Geschäftsführung von TÜV SÜD Auto Plus; ab 2009 Leiter Marketing und Vertrieb bei TÜV SÜD Auto Partner; seit Dezember 2014 verantwortlich für das Business Development bei der Division Auto Service. Zuvor war er bereits unter anderem in verschiedenen Führungspositionen für DEKRA und als Unternehmensberater tätig. Kurt Deppert zu seiner neuen Rolle: „Ich freue mich sehr auf diese neue Aufgabe und sehe in der engen Verzahnung von Business Development und Vertrieb große Chancen für die Weiterentwicklung unserer Services rund ums Auto auf der ganzen Welt.“ Der Geschäftsbereich Mobilität erzielte 2015 weltweit einen Umsatz von rund 640 Millionen Euro. In den letzten Jahren hat TÜV SÜD das Automobilgeschäft über ein Franchise-System in Deutschland flächendeckend ausgebaut. Aber auch international wächst dieser Bereich stark.

TÜV SÜD-Kontakt

TÜV SÜD Auto Service

Philip Puls
Tel. 0 89/57 91-23 20, Fax -23 81
philip.puls@tuev-sued.de

TÜV SÜD Auto Partner

Thomas Gensicke
Tel. 0 7 11/72 20-84 73, Fax -84 88
thomas.gensicke@tuev-sued.de

Zentraler Vertrieb

Tel. 07 11/7 82 41-246
vertrieb-as@tuev-sued.de