

Continental Aftermarket

# Systemkenner

Um die Aftermarketsparte der Continental AG war es im letzten Jahr ruhig. Wirtschaftskrise und die Konflikte im Zusammenhang mit der Übernahme durch Schaeffler überdeckten, dass die Sparte einen erfolgreichen Job gemacht hat. Diese Entwicklung will man 2010 mit neuen Produkten, Werkzeugen und Services für die Werkstatt fortsetzen.

Die Presseveranstaltung der Aftermarket-Abteilung von Continental Ende Dezember 2009 wirkte fast wie ein Befreiungsschlag. Endlich durften Helmut Ernst, der für das Independent Aftermarket-Geschäft bei Conti verantwortlich zeichnet, und seine Mitarbeiter zeigen, was sie leisten und welche neuen Produkte sie in der Pipeline haben. „Für den Continental-IAM-Bereich ist 2009 das erfolgreichste Jahr seiner Geschichte“, verkündete Ernst nicht ohne Stolz. Rund 400 Mio. Euro Umsatz hat die Ersatzteil- und Servicesparte des Konzerns mit den Marken ATE, VDO und Barum 2009 erwirtschaftet. Gemessen an den insgesamt 24 Mrd. Euro Jahresumsatz des Continental-Gesamtkonzerns ist das zwar ein geringer Anteil, aber dafür konnten die Ersatzteilspezialisten anders als die krisengebeutelten OE-Kollegen deutliche Zuwächse verbuchen. Die resultieren nicht zuletzt auch aus der Zusammenführung

der Konzerne Continental und Siemens VDO. In der Konzernstruktur ist der Bereich Commercial Vehicles (Nutzfahrzeuge) & Independent Aftermarket dem Continental-Geschäftsbereich Interior zugeordnet, der, bezogen auf den Umsatz, am stärksten von dem Zusammenschluss profitierte.

## Strategisches Geschäftsfeld

Weil im letzten Jahr die Querelen um die Übernahme von Continental durch den Schaeffler-Konzern und die Folgen der weltweiten Automobilkrise im Vordergrund standen, blieben die Erfolge der Aftermarket-Abteilung im Conti-Konzern fast unbeachtet, zumal man die Öffentlichkeitsarbeit auf ein Minimum reduziert hatte. Chef Helmut Ernst stellte allerdings klar, dass man sich in 2010 nicht mit seinen Leistungen verstecken werde. Zum einen habe die Konzernspitze den Aftermarket-

Bereich zu einem strategischen Geschäftsfeld erklärt, zum anderen habe man nach der Zusammenführung von Continental und Siemens VDO ein umfangreiches Produktportfolio zu bieten, mit dem man im Pkw-Aftermarket in vielen Produktbereichen Marktführer sei. Beispiel ATE: Die Traditionsmarke für Bremsentechnik ist nicht nur in der Erstausrüstung, sondern auch im Nachrüstgeschäft führend, zumindest was den deutschen Markt anbelangt. In Europa sieht man sich an zweiter Stelle. Als Systemlieferant deckt man dabei das komplette Produktspektrum für Verschleiß- und Ersatzteile rund um Bremssysteme ab. „Rund 70 Prozent des Umsatzes im Bereich Bremse sind klassisches Verschleißgeschäft“, erklärte Stefan Dötsch, Direktor Produktmanagement für den Bereich IAM bei Continental. Dass auch bei vermeintlich etablierten Produkten immer noch Innovationen möglich sind, zeigt die 2008 auf der Auto-



Helmut Ernst sieht für seinen Geschäftsbereich auch wegen des steigenden Elektronikanteils gute Wachstumschancen

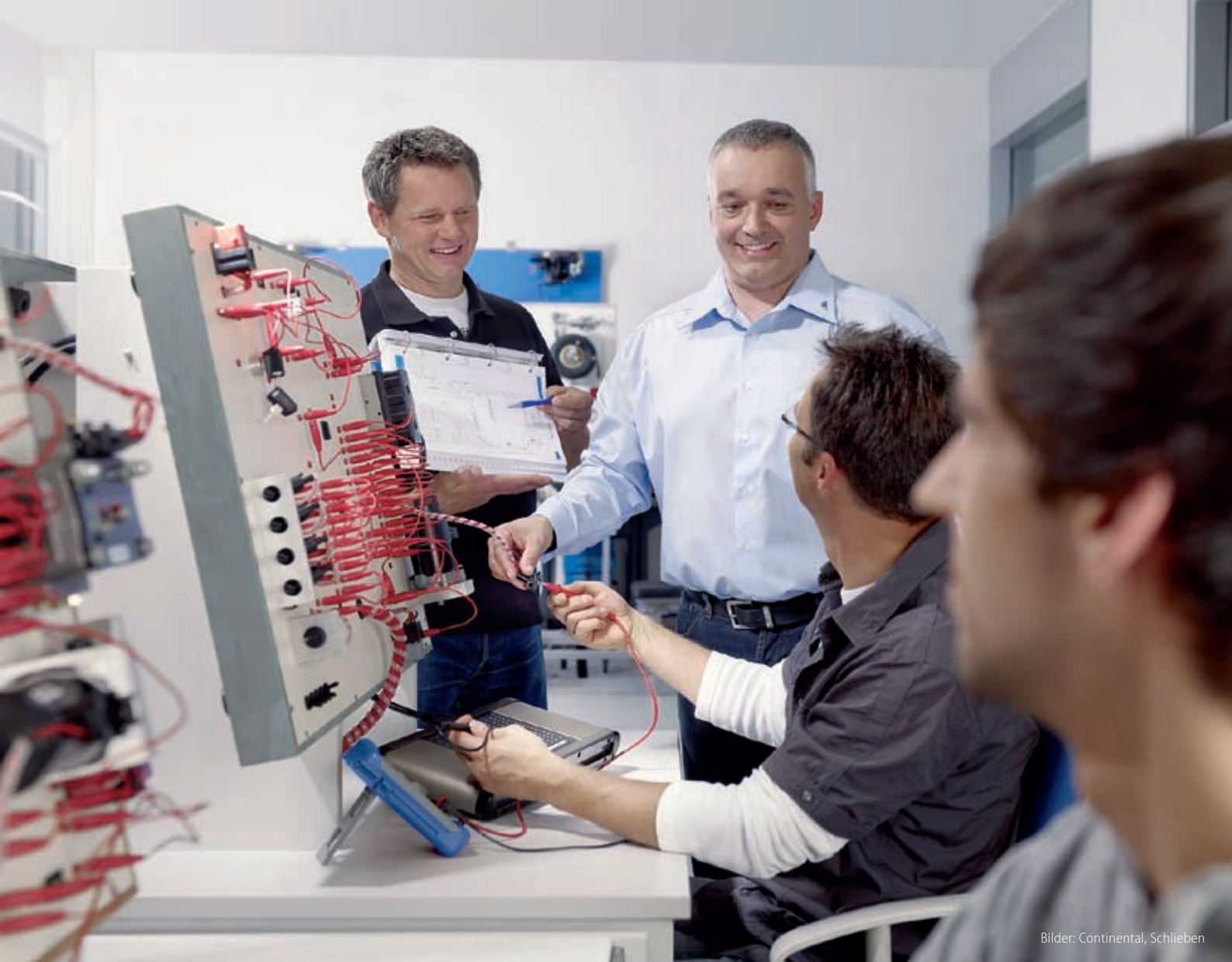
## Hintergrund

### Continental Automotive

Die Automotive Group der Continental AG gehört zu den weltweit führenden Automobilzulieferern. Mit den drei Divisionen Chassis & Safety, Powertrain und Interior erzielte die Gruppe im Jahr 2008 einen Umsatz von rund 15 Milliarden Euro.

Die Automotive Group beschäftigt mehr als 80.000 Mitarbeiter an über 130 Standorten weltweit.

Innerhalb der Division Interior (Umsatz 2008 5,8 Mrd. Euro mit 30.800 Mitarbeitern) sind die Nutzfahrzeug- und Handelsaktivitäten der Continental im Geschäftsbereich Commercial Vehicles & Aftermarket (CV & AM) zusammengefasst. Hier ist auch das Geschäftsfeld Independent Aftermarket (IAM) unter der Leitung von Helmut Ernst angesiedelt. Mit den Produktmarken VDO, ATE und Barum bietet das Geschäftsfeld IAM ein umfassendes Angebot für den freien Teilehandel und markenunabhängige Werkstätten. Ein globales Netz an Vertriebs- und Servicegesellschaften sorgt für die Nähe zum Kunden vor Ort.



Bilder: Continental, Schlieben

mechanika vorgestellte beschichtete Bremsscheibe von ATE. Vorteil laut Hersteller: Die Scheibe bleibt dauerhaft von Korrosion frei, was den optischen Eindruck verbessert, zudem verhindert die Legierung der Scheibe Bremsenrubbeln und Geräuschentwicklung. Bei ATE will man durch Innovationen weiter wachsen und setzt dabei auf die Kompetenz als Systemlieferant. „Wir verstehen das Gesamtsystem Bremse, liefern nicht nur über 7.600 Ersatzteilpositionen, sondern auch entsprechende Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen für die zunehmend komplexen Systeme“, so Dötsch.

### Full-Service-Paket

Den Full-Service-Anspruch erhebt man auch für die Marke VDO. Hier ist das Lieferspektrum mit rund 1.500 Ersatzteilpositionen zwar kleiner, aber dafür sind die überwiegend elektronischen und

mechatronischen Bauteile höchst komplex in der Handhabung. Zudem bestehen für den Geschäftsbereich angesichts des steigenden Elektronik- und Sensorikanteils in den Fahrzeugen gute Wachstumsaussichten. Zum VDO-Lieferprogramm gehören unter anderem Motorstellenelemente, Stellelemente für Zentralverriegelungen, Kraftstoffsysteme, Sensoren, Gebläse- und Lüftersysteme, Scheiben- und Scheinwerferreinigungssysteme oder Reifendruck-Kontrollsysteme, die ab 2012 für Neufahrzeuge EU-weit verbindlich vorgeschrieben sind. Neu im VDO-Produktprogramm sind Lambdasonden. Das Lambdasondenprogramm, mit dem man den wichtigsten VDO-Ersatzteilbereich Sensoren erweitert, wird zunächst auf Sonden für Benziner begrenzt. Dennoch will man damit 75 Prozent aller in Europa zugelassenen Fahrzeugtypen abdecken. Insgesamt umfasst das VDO-Ersatzteilprogramm rund 1.500 Teileposi-

tionen. Weil Helmut Ernst und seine Kollegen sichergehen wollen, dass die hochwertigen Ersatzteile in den Werkstätten auch korrekt gehandhabt und verbaut werden, heißt eine Strategie der Continental-Aftermarket-Division, das Fachwissen der Kundschaft sukzessive auszubauen und das Verständnis für und den Umgang mit elektronischen Systemen nachhaltig zu fördern.

### Wissensvorsprung ausbauen

Dieses Ziel sollen zwei Strategien unterstützen. Zum einen baut das Unternehmen die Sparte der eigenen Diagnosegeräte aus. Was unter SiemensVDO begonnen wurde und mit dem zur Automechanika 2008 vorgestellten OBD-Scan-Tool ContiSys OBD seine erste Mehrmarkenanwendung fand, soll mit dem ersten kompletten Mehrmarkendiagnosegerät fortgesetzt werden. Im Februar erscheint für einen

Preis von voraussichtlich knapp unter 3.000 Euro das System ContiSys Scan. Der Anspruch bei der Entwicklung war, ein kompaktes, einfach zu bedienendes vollwertiges Diagnosesystem zu konstruieren, das möglichst viele Funktionen in sich vereint. „Grundsätzlich sind alle Fahrzeuge ab Baujahr 1996, die über eine CARB-Schnittstelle verfügen, mit diesem Gerät diagnostizierbar“, erklärt Frank Schmidt, Leiter des Bereichs Aftermarket Technischer Service. Im Kaufpreis enthalten sei für ein Jahr auch das kostenlose Datenupdate. Den erledigt man bei Conti für alle drei Diagnosesysteme mittlerweile ausschließlich via Internet. „Üblich sind vier Updates pro Jahr, allerdings können wir bei Bedarf jederzeit Daten aktualisieren“, so Schmidt. Neben der kompakten Bauweise, die auch eine Fehlerspeicheranalyse im Fahrbetrieb erlaubt, fällt an dem Gerät besonders seine einfache, selbsterklärende Handhabung auf. Arbeitsschritte werden dem Bediener in Klartext ausgegeben. Elektronische Komponenten

im Fahrzeug lassen sich über das System direkt ansteuern und auf korrekte Funktion prüfen. Für Bauteile wie ABS oder ESP gibt es einen obligatorischen Schnellcheck.

## Lebenslanges Lernen

Weil das beste Diagnosegerät nichts nutzt, wenn der Anwender die Systeme, die er damit bearbeitet, nicht versteht, setzt die Aftermarketsparte von Continental zusätzlich auf das Thema Schulung und Weiterbildung. Dazu hat man das TrainingsCenter in Eschborn im vergangenen Jahr neu strukturiert und um Trainings für die Systeme von VDO erweitert. „Damit bündeln wir das Know-how der Marken ATE und VDO und stellen es gezielt dem Reparaturmarkt zu Verfügung“, sagt Bert-C. Lembens. Er leitet seit Sommer 2009 das Aftermarket TrainingsCenter.

Mit dem Bereich Aftermarket Technischer Service verfügt Continental neben dem Training über einen weiteren Dienst-



Handlich und kompakt: das neue ContiSys Scan ist ein vollwertiges Diagnosegerät, der Preis: knapp 3.000 Euro

leistungszweig, der Werkstätten bei ihrer täglichen Arbeit unterstützt. „Technische Informationen und Daten sind ein wichtiger Baustein für freie Werkstätten, der sie in Kombination mit entsprechenden Trainings befähigt, sich auch komplexen Reparaturen zu stellen“, so Frank Schmidt. Der Aftermarket Service ist eng an das TrainingsCenter angebunden und gliedert sich in eine technische Hotline, Werkzeuge und technische Dokumentation. „Wissen ist der größte Vorsprung, den wir unseren Partnern für ein erfolgreiches Tagesgeschäft mit auf den Weg geben können. Wir verkaufen nicht nur Ersatzteile, sondern bieten Lösungen für die wachsenden Herausforderungen im Werkstattgeschäft“, ergänzt sein Kollege Lembens.

## Theorie in Praxis

Die modular aufgebauten Trainings von Continental haben einen hohen Praxisanteil. Dank technischer Komplettausstattung im TrainingsCenter können die Teilnehmer auch selbst Hand an Testfahrzeuge legen und ihr Systemwissen vor Ort erproben. Allerdings führt das Trainer-Team seine Schulungen beispielsweise auch bei Teilehandelpartnern vor Ort durch. „Mit dem erweiterten Trainingsprogramm sind wir in der Lage, die Mitarbeiter freier Werkstätten fit zu machen für die vernetzten Fahrzeugsysteme der Zukunft“, so Lembens abschließend. *F. Schlieben*

24 Mrd. Euro Jahresumsatz erwirtschaftete die Continental AG

