



Das Service-Center in Frankfurt am Main liegt in der Hanauer Landstraße und beherbergt im Gegensatz zu anderen Tesla-Werkstatt-Standorten auch einen Schau- und Verkaufsraum.

Bilder: Schachtner

Serie „Markenservice“, Teil 8: Tesla Motors

# Technologietreiber

Tesla Motors arbeitet mit Hochdruck am Aufbau von Servicezentren. Nachdem die Kalifornier in den vergangenen Jahren Verkaufsbüros in Innenstadtlagen errichtet hatten, fokussieren sie sich nun auf die Servicestandorte in und um München, Stuttgart, Frankfurt am Main, Düsseldorf, Hamburg und Berlin.

**B**ei der Elektromobilität ist die Henne-Ei-Problematik besonders deutlich. Und zwar in mehrfacher Hinsicht: Die Fahrzeuge sind einmal zu teuer, was das Kundeninteresse hemmt. Die Batteriekosten sinken aber nur, wenn diese in großer Anzahl produziert, weil nachgefragt werden. Zudem möchten potenzielle Kunden die Stromer erst erwerben, wenn es eine flächendeckende und praktikable Ladeinfrastruktur gibt. Der Aufbau lohnt sich aber nur bei einer ausreichenden Anzahl genutzter Elektroautos. Tesla Motors schickt sich an, dieses Dilemma mit technischer Finesse, Marketinggeschick, Risikobereitschaft und einer Langfristperspektive aufzubrechen.

Die Preispolitik der Kalifornier lautet zum Beispiel wie folgt: Mit dem Markt-

start des Roadster 2008 und dem Model S im vergangenen Jahr vermarktet man teure Autos für eine zahlungsfähige Öko-Elite und leitet einen Bewusstseinswandel ein. In ein paar Jahren will man mit dem preisgünstigeren Model E (für 35.000 US-Dollar) die grüne Mittelschicht bedienen.

## Tesla geht in Vorleistung

Auch bei der Ladeinfrastruktur will das Unternehmen aus Palo Alto im Silicon Valley einen alternativen Weg beschreiten und in Vorleistung gehen. Zwar ist der Fahrzeugbestand in Deutschland noch gering – laut KBA wurden 2013 hierzulande 215 Model S zugelassen – aber darum geht es Geschäftsführer Elon Musk nicht. Wichtiger ist die Lösung des

### Zur Person

## Peter Mühldräxler

- ✓ 1996: Ausbildung zum Kfz-Mechaniker
- ✓ 2004: weitere Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann
- ✓ 2009: Start bei Tesla als Service-Manager in München
- ✓ Service-Regionalleiter (DACH-Region und Südosteuropa)



Henne-Ei-Problems. Und die gelang dem Kalifornier bereits bei seinen vorherigen Geschäften: Auch bei der Entwicklung eines Computerspiels und vor allem mit PayPal, einem Online-Bezahldienst, ging er in Vorleistung, kreierte ein sicheres und bedienungsfreundliches Produkt bzw. Service – und die Kunden kamen. Zur Kundenakquise und -bindung trägt überdies bei, dass Model S-Fahrer bei Energie- und Servicekosten sparen.

Beim P85 (Model S mit einem 85 kWh-Akku) ist der Strom im Kaufpreis ein Fahrzeugleben lang inbegriffen, bei der kleineren Batterievariante (60 kWh) kostet die Option 2.500 Euro extra, hieß es. Tesla hat bislang vier Schnell-Ladestationen („Supercharger“) entlang der Autobahnstrecke München-Stuttgart-Frankfurt-Köln bis nach Amsterdam installiert, die eine Aufladung der Akkus zu 80 Prozent in 30 bis 45 Minuten ermöglichen sollen. Das Model S kostet je nach Akkuleistung mindestens 70.000 Euro, das Unternehmen muss also kein Geld mit dem Stromverkauf verdienen. Gleiches gilt für den Aftersales-Bereich: Die Situation vieler Betriebe, dass der Servicebereich das restliche Autohaus querfinanziert, kennt man bei Tesla nicht. Die jüngst errichteten Service-Niederlassungen in Deutschland (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München und

► **Preisgestaltung:** Hohe Anschaffungskosten bei geringen Strom-, Internet- und Servicetarifen

Stuttgart), Österreich (Wien) und der Schweiz (Genf und Winterthur; Basel ist im Aufbau) dienen insbesondere der Kundenbindung, erklärte Peter Mühl-Dräxler, Service-Regionalleiter bei Tesla Motors (siehe Kasten auf Seite 22).

### Weniger Serviceaufwand

Ein Grund für diese Einstellung ist sicherlich, dass Elektromobile weniger serviceintensiv sind. Stromer wie der Roadster, das neue Model S oder der in Deutschland für 2015 geplante Geländewagen Model X verfügen gegenüber Autos mit herkömmlichem Verbrennungsmotor über deutlich weniger bewegliche Teile. Hinzu kommt, dass das Model S einem Computer auf Rädern gleichkommt, was



In den Werkstätten (im Bild das Servicecenter in München-Feldkirchen) erfolgen auch die Auslieferungchecks.

IHRE KUNDEN SUCHEN  
DIE PASSENDE WERKSTATT  
IM INTERNET.

Meisterwerkst\_



Meisterwerkstatt

Meisterwerkstatt Hinz

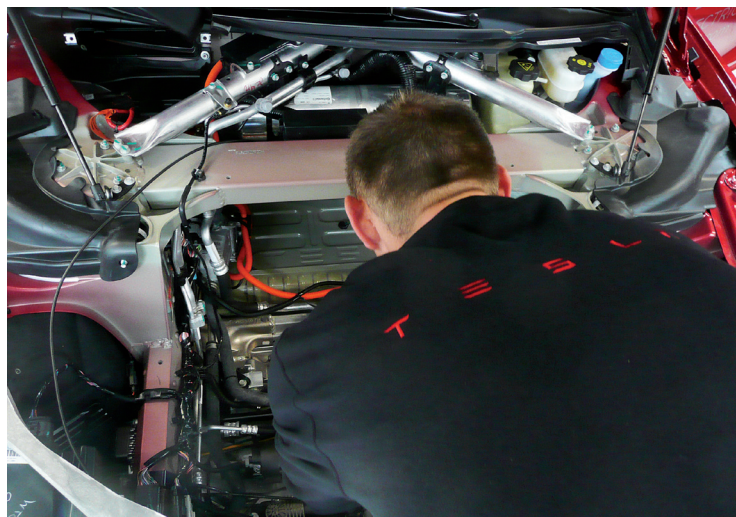
Meisterwerkstatt Kunz

WERDEN SIE  
ONLINE  
GEFUNDEN?

Leserservice

## Bisherige Teile der Artikelserie

- ✓ Teil 1: PSA in asp 12/2012, ab Seite 10
- ✓ Teil 2: Saab in asp 04/2013, ab Seite 10
- ✓ Teil 3: Daihatsu in asp 04/2013, ab Seite 10
- ✓ Teil 4: Toyota/Lexus in asp 06/2013, ab Seite 12
- ✓ Teil 5: Ford in asp 7/2013, ab Seite 10
- ✓ Teil 6: Hyundai in asp 9/2013, ab Seite 10
- ✓ Teil 7: Lada in asp 12/2013, ab Seite 18



Neben manuellen Arbeiten am Fahrzeug erfolgen zahlreiche Wartungen auch über das Internet.



Der limitierte Tesla Roadster (rechts) startete 2008 und das Model S kam im vergangenen Jahr auf den Markt.

der Fahrer nicht zuletzt am Infotainmentsystem merkt. Die Media Control Unit hat die Gestalt eines 17-Zoll-Tablets und liefert alle nötigen Informationen für den Fahrer. Die Limousine verfügt über eine eigene SIM-Card und hat eine nahezu permanente Internetverbindung. Updates des Betriebssystems geschehen demnach „over-the-air“ (OTA), wie es bei Tesla heißt. Gegenüber dem Manager-Magazin erklärte Tesla-Vize Jérôme Guillen, dass die Fernwartung bei Tesla dazugehört. Der direkte Draht erlaubt weitere Services. So könne man anhand der Fahrdaten auch Prognosen über den Zustand des Autos erstellen und Servicetermine vereinbaren. Auf der anderen Seite kom-

men die meisten Kunden ohnehin alle 20.000 Kilometer zum freiwilligen Service-Check. Die Pauschale kostet den Angaben zufolge 600 Euro und umfasst alle Arbeiten und Teile außer den Reifen.

### Fachkräfte gesucht

Für den Aufbau eines eigenen Service-Netztes benötigt das Unternehmen Kfz-Techniker. Derzeit zählt das Service-Team im Verantwortungsbereich von Peter Mühldräxler 65 Mitarbeiter. Man brauche mittelfristig aber noch mindestens 100. Das Unternehmen kann keine Kfz-Mechatroniker ausbilden, weil wichtige Prüfungsinhalte im Bereich Verbren-

nungsmotor-Technik nicht vermittelt werden können. Die unterschiedlichen Tätigkeiten im Tesla-Servicenet: Service-Manager leiten die einzelnen Service-Center. Unterhalb des Betriebsstellenleiters gibt es vier Tätigkeitsstufen. Hinzu kommen die sogenannten Detailer, die vor allem für die Fahrzeugaufbereitung zuständig sind. Das Personal ist nicht nur für den After-, sondern auch für den Presale zuständig. Das ist eine weitere Besonderheit: Bei Neufahrzeugen wird die sogenannte Pre Delivery Inspection (PDI) durchgeführt. Darunter fällt u.a. die Überprüfung der Firmware (Betriebs-

► **Service-Center:** Derzeit gibt es in Deutschland sechs Tesla-eigene Werkstätten.

system) und eine Aufbereitung. Bei der Übergabe erklären Mitarbeiter die Fahrzeugbedienung und die Infotainment-Funktionen. Dafür müssen Tesla-Piloten Zeit mitbringen: Den Angaben zufolge dauert die MCU-Einführung mindestens eine Stunde. Beim Blick auf die zahlreichen Anglizismen wird eine weitere Besonderheit deutlich. Funktionen, Prozesse und Informationen sind in englischer Sprache. Zwei weitere Beispiele: Die Repair-Turn-Around-Time soll bei Tesla höchstens einen Tag betragen. Das bedeutet übersetzt: Reparierte Fahrzeuge haben binnen dieser Frist wieder beim Kunden zu sein. Und bei technischen Problemen in den Niederlassungen hilft der Field-Support-Engineer. *Martin Schachtner*

# MIT UNS FINDEN SIE WERKSTATT- KUNDEN ONLINE. WIR TUN MEHR.

**AUTO**

**SCOUT 24**

**DIE 1 FÜR FAHRER.**

Sie bieten Ihren Kunden guten Service. Wir bieten Ihnen dafür den idealen Auftritt im Internet mit jeder Menge potenzieller Interessenten, die dem europaweit größten Online-Automarkt seit 15 Jahren vertrauen.

Jetzt online registrieren:  
**[www.autoscout24.de/  
meine-werkstatt](http://www.autoscout24.de/meine-werkstatt)**

**DEUTSCHLANDS  
WERKSTATT-  
PORTAL NR. 1!**

**WIR TUN  
MEHR.**

