



BREMSEN

Ungebremst Richtung Aftermarket

Der italienische Bremsenspezialist Brembo will sich weiter für den Aftermarket öffnen. Die Produkte für den Teilemarkt sollen nicht nur für den Rennfahrer interessant sein.

KURZFASSUNG

Der italienische Bremsenhersteller Brembo bietet neue Produkte für den Ersatzteilemarkt und plant weiteres Wachstum in dem Segment. asp hat den Premium-Hersteller am Unternehmensstandort „Kilometro Rosso“ bei Bergamo besucht.

Es ist nicht ganz leicht, aus einem Konstruktionselement ein Designobjekt zu machen. Brembo hat es dennoch geschafft. Bremsattel und -scheiben aus Bergamo sind zum Bremsen fast zu schade und immer eine Augenweide. Deshalb sind sie in den Fahrzeugen, in denen sie serienmäßig zum Einsatz kommen – vor allem PS-starke Fahrzeuge aus der Premiumklasse – auch immer gut sichtbar verbaut. Die auffällig rote oder blaue Lackierung des Bremsattels ist schon auf den ersten Blick zu erkennen. Die Formel-1-Erbanlagen der High-Performance-Bremsen sind auch auf der normalen Straße kaum zu verleugnen. Im Erstausrüstermarkt werden Brembo Bremsen beispielsweise bei Porsche, Ferrari, Nissan, Mitsubishi, Mercedes, BMW und Alfa Romeo eingebaut.

Der Premiumhersteller von Bremssystemen will seine Angebotspalette im After-

market ausbauen. Ziel des Bremsenspezialisten, der im kommenden Jahr beim Umsatz die Zwei-Milliarden-Euro-Grenze durchbrechen dürfte, sei eine Komplettabdeckung aller Marken im Ersatzteilgeschäft. Das erklärte Aftermarket-Marketingchef Marco Moretti im Brembo-Entwicklungszentrum bei Bergamo.

Mit über 25 Millionen Bremscheiben pro Jahr gehört Brembo im Ersatzteilbereich zu den wichtigsten Herstellern von Bremscheiben weltweit. Die Marktabdeckung liegt bei Bremscheiben heute schon bei 98 Prozent der verfügbaren Fahrzeugmodelle. Bei wiederaufbereiteten Bremsätteln deckt Brembo mit 4.000 Artikelnummern für 2.000 Modelle von 55 Herstellern 95 Prozent der aktuellen Fahrzeugflotte ab.

Ziel ist komplette Marktabdeckung

Brembo-Komponenten sollen möglichst für alle Modelle aller Marken verfügbar sein. „Bei der Vermarktung unserer Produkte im Aftermarket greifen wir auf unsere jahrelange Erfahrung als ein führender Erstausrüster in der Automobilindustrie zurück“, betonte Moretti. „Aber wir bedienen nicht nur die Top-Marken, sondern wollen uns als Full-Range-Anbieter positionieren.“ In Europa konnte

Brembo seinen Marktanteil im Aftermarket in den letzten vier Jahren auf zehn Prozent verdoppeln. Das Wachstum kommt vor allem aus dem Geschäft mit Bremsbelägen, die das bisherige Stammgeschäft mit Bremscheiben ergänzen.

Nun gelten Bremscheiben in den Augen der meisten Autofahrer vor allem als Verschleißteil – was drauf steht, dürfte die wenigsten interessieren. Dem widerspricht Moretti vehement und verweist auf die ausgefeilte Technologie, die in den Bremsen steckt: „Wir sind davon überzeugt, dass man mit innovativen Ideen Kunden auch im Ersatzteilmarkt überzeugen kann.“ Laut Brembo kommen auch im Aftermarket nur Original-Produkte oder dem Original

Schwimmend gelagerte zweiteilige Bremscheiben aus Gusseisen mit einem Bremsstopp aus Aluminium



Fotos: Brembo (2)

gleichwertige Produkte zum Einsatz. Hochwertige Materialien (Gusseisen mit hohem Kohlenstoffgehalt), optimale Belüftung der Scheiben sowie veredelte Oberflächen sollen Kunden überzeugen.

Neueste Innovation, die auch im Ersatzteilemarkt verfügbar sein soll, sind die „PVT Plus-Bremsen“. Sie stellen den jüngsten Zugang in der Modellreihe der noppenbelüfteten Bremssysteme dar. Die Hochleistungsscheiben, die im Werk Mappello bei Bergamo produziert werden, werden zunächst im oberen Preissegment angeboten, beispielsweise für den Audi A6, die 5er-Modellreihe von BMW oder die E-Klasse von Mercedes.

Bessere Belüftung mit PVT

PVT steht für „Pillar-Venting-Technology“ (Kissenbelüftung). Kennzeichen dieser Konstruktion sind die Lüftungskissen in der Scheibe, die für eine bessere Belüftung und damit vor Überhitzung der Scheibe schützen. Zusätzlich sorgt die sternförmige Anordnung der Kissen dafür, dass sich Risse im Material nicht über den gesamten Durchmesser der Scheibe ausbreiten können. Die Konstruktion erlaubt zudem eine Gewichtseinsparung von bis zu zehn Prozent. Brembo erweitert den Ersatzteilemarkt im Hochleistungssegment außerdem um schwimmend gelagerte zweiteilige Bremsscheiben aus Gusseisen mit einem Bremsstoff aus Aluminium. Die Aluminiumnabe ist mit der Bremsfläche so verbunden, dass sich jedes Konstruktionselement bei Hitze ausdehnen kann. Damit wird eine Verformung der Scheibe bei Überhitzung vermieden.

Dietmar Winkler



PVT Plus-Bremsen stellen den jüngsten Zugang in der Reihe noppenbelüfteter Bremssysteme dar.

www.autoservicepraxis.de



Wir heben Ihre Ansprüche

Perfekter Service und praxisorientierte Lösungen zum Anheben von Fahrzeugen aller Art.

SLIFT – eine Marke der MAHA Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG
Hoyen 20 · 87490 Haldenwang · Tel.: +49 8374 585 -0 · www.slift.de

SO TESTET BREMBO BREMSEN

Brembo ist heute in 16 Ländern weltweit mit Niederlassungen, Produktionsstätten oder eigenen Entwicklungszentren vertreten. Weltweit gibt es insgesamt vier Forschungslabors und 19 Produktionswerke. asp AUTO SERVICE PRAXIS war zu Besuch im Entwicklungszentrum bei Bergamo, wo sich auch das Testlabor befindet.

Neuentwicklungen werden bei Brembo sowohl auf dem Prüfstand im Labor als auch auf der Straße getestet. Auf dem Prüfstand werden die Produkte nach den Anforderungen der Industrie geprüft. Prototypen werden dabei auch unter extremen Lastzyklen (Druck und Bremsmoment) geprüft, indem alle möglichen Straßenzustände (Schnee, Nässe, unterschiedliche Temperaturen) abgebildet werden. Auf dem dynamischen Prüfstand werden anschließend unterschiedliche Belastungen durch die Simulation der Fahrzeugdynamik durch Kombination von Masse und Geschwindigkeit geprüft. Die Prüfstände laufen rund um die Uhr, um Entwicklungszeit zu sparen.

Den Abschluss bilden reale Straßentests mit den Prototypen der Fahrzeughersteller auf Rennstrecken und im normalen Straßenverkehr. Dort werden als härtester Test auch Bremsungen von hohen Geschwindigkeiten auf null unter Volllast erprobt. diwi



Bremsen bis zur Weißglut: Im Testlabor testen Ingenieure die Scheiben auf Hitzebeständigkeit.



Auf unterschiedlich konfigurierten Prüfständen werden Bremssysteme auch in Verbindung mit Fahrzeugkomponenten getestet. Sensoren liefern Daten über den Zustand der Bremscheiben.

Fotos: Dietmar Winkler

WASSERPUMPEN

Saleri auf Wachstumskurs

Der italienische Hersteller Saleri gilt als Spezialist für Wasserpumpen im Automobil. Das Familienunternehmen, das am Unternehmensstandort im norditalienischen Lumezzane produziert, platzt aus allen Nähten. Innerhalb von nur fünf Jahren hat sich der Umsatz verdreifacht – von 54 Millionen Euro in 2010 auf 152 Millionen in 2015. Über sechs Millionen Einheiten produziert Saleri mittlerweile sowohl als Erstausrüster zahlreicher Automarken als auch für das Servicegeschäft, wo Saleri eigentlich seine Wurzeln hat.

Mittlerweile, so versichert uns der Vertriebschef für den Aftermarket, Marco Pinnacoli, liegt der Anteil des OEM-Geschäfts bei 80 Prozent des Umsatzes. Die Italiener verstehen sich als Systempartner für die Autoindustrie. In dieser Rolle begleitet Saleri die gesamte Entwicklungsphase bis zur Serienfertigung eines Autos.

Ein Vertrag mit Porsche wurde erst kürzlich unterzeichnet.

Den Erfolg führt Pinnacoli auf die Innovationskraft des Unternehmens zurück: „Wir haben Produkte entwickelt, die es vorher so nicht gab.“ Als Beispiele nennt er die modulare Wasserpumpe, die den Kühlmittelfluss flexibel steuert und auf Temperaturschwankungen im Kühlkreislauf reagiert. Dadurch wird die Abhängigkeit der Wasserpumpe von der Drehzahl der Kurbelwelle um eine weitere Dimension erweitert.

Etwa 15 Prozent der Mitarbeiter sind bei Saleri im Bereich Forschung + Entwicklung tätig. Die Produktion am Unternehmensstandort im bergigen Norditalien ist hochautomatisiert – dennoch musste man mehrmals anbauen und die Produktionshalle sogar aufstocken. Bis zum Jahresende soll in Lumezzane ein weiteres Gebäude mit einer Betriebsfläche von



Marco Pinnacoli, Vertriebschef Aftermarket

3.000 Quadratmetern eingeweiht werden. Die Fläche musste regelrecht aus dem Berg geätzt werden. An eine Verlegung des Standorts denkt offenbar derzeit dennoch niemand. Saleri will auch im Aftermarket weiter wachsen. Dietmar Winkler

Fotos: Dietmar Winkler