

SCHMIERSTOFFE

Shell startet Marketingkampagne

Mit einer aufwändigen Drive-Experience-Veranstaltung zündet Shell an der Côte d'Azur die neue Marketingkampagne „Drive on“ für das Motorenöl Shell Helix Ultra.



Fahrerlebnis mit Shell in Südfrankreich – unter anderem im Hyundai i20 Coupe WRC



Fotos: Dietmar Winkler

Fragerunde mit Rennfahrern (v.l.): Jochen Lach, Entwickler für Rennschmierstoffe bei Shell, Augusto Farfus (BMW M Motorsport), Thierry Neuville und Dani Sordo (Hyundai Motorsport)

Mit einer Drive-Experience-Veranstaltung auf einer Teststrecke bei Marseille in Südfrankreich hat Schmierstoffhersteller Shell die Performance des Premium-Motorenöls Shell Helix Ultra der Viskosität 0W von Journalisten testen lassen. Eingeladen waren über 50 Journalisten aus unterschiedlichen europäischen Ländern, um zusammen mit Rennfahrern aus den Motorsportteams von BMW M Motorsport und Hyundai Motorsport intensive Fahreindrücke mit Rennatmosphäre zu sammeln. Augusto Farfus (BMW M Motorsports), Thierry Neuville und Dani Sordo (beide Hyundai Motorsport) waren vor Ort, um das Material an die Grenze der Belastung zu bringen.

Im Rahmen der neuen Kampagne „Drive on“ von Shell sollte die Überlegenheit des GTL-Schmierstoffes (Gas-to-

Liquid) demonstriert werden, der anders als die Konkurrenzprodukte nicht durch Destillation aus Rohöl gewonnen wird, sondern in einem chemischen Prozess aus Erdgas. Hierfür betreibt Shell eine riesige Produktionsanlage in Katar.

Die neue Kampagne „Drive On – We inspire drivers to keep the passion for driving alive“ schlägt erstmals einen neuen Weg ein. Die Kampagne ist emotionsgetrieben und soll laut Shell die emotionale Verbindung von Fahrer und Auto in den Mittelpunkt stellen. Drive On wurde 2017 global und in Deutschland im zweiten Quartal 2018 gestartet.

Sauberes Grundöl aus Erdgas

Ein Grundöl, das aus Gas gewonnen wird, ist laut Shell von Haus aus sauberer als ein über Destillation gewonnenes Grundöl und muss weniger aufwändig verarbeitet werden, so die Argumentation. Mittels patentierter Katalysatoren im so genannten Fischer Tropsch-Prozess könne die Molekülstruktur im Grundöl sehr genau gesteuert werden, erklärte Jens Sommer, Technology Manager Engine Oils bei Shell Global Solutions (Deutschland) GmbH aus der Shell-Motorenölenwick-

lung. Das Grundöl ist neben chemischen Additiven mit einem Anteil von bis zu 90 Prozent der wichtigste Bestandteil im Motorenöl.

Die dünnflüssigen Öle mit der niedrigsten 0W-Viskositätsklasse wurden laut Shell entwickelt, um die speziellen Anforderungen der modernen Hochleistungsmotoren zu erfüllen. Heutige Motoren mit Turboladern bieten Kunden viele Vorteile, sie brauchen aufgrund der regelmäßigen Belastung durch eine höhere Motortemperatur jedoch einen besonderen Schutz.

Die 0W-Motorenöle von Shell Helix Ultra sind speziell entwickelt, um die Leistung des Motors auch bei extremen Temperaturen bis 1.000 °C im Hubraum zu halten und ihn zu schützen. Der Schmierstoff reduziert die Entstehung von schädlichen Ablagerungen und damit die Reibung im Motor. Shell wirbt nun offiziell damit, dass Helix Ultra 0W-Motorenöle für bis zu drei Prozent an Kraftstoffersparnis beitragen. Zudem sei die Verdampfungsneigung der niedrigviskosen Öle aufgrund der Formulierung besonders gering. Verdampfung ist sonst bei niedrigviskosen Ölen ein ernstes Problem.

Dietmar Winkler

KURZFASSUNG

Mit der Marketing-Kampagne „Drive on“ will Shell die Markenkommunikation zum Hochleistungsschmierstoff Shell Helix Ultra noch emotionaler machen. Auf der Rennstrecke wurde gezeigt, was ein modernes Motorenöl alles aushalten muss.



TERMINE

Mittwoch, 12.9.2018, in Düsseldorf
Donnerstag, 13.9.2018, in Hannover
Dienstag, 18.9.2018, in München

SEMINAR

DIE WERKSTATT DER ZUKUNFT

ERTRAGSPOTENZIALE ERKENNEN UND NUTZEN

Ausbleibende Investitionen sorgen für konstant hohe Prozesskosten in unseren Werkstätten. Gleichzeitig werden aber aufgrund der Modellpolitik der Hersteller die Werkstattendurchgänge immer kürzer. Die relative Höhe der Prozesskosten nimmt also stetig und erheblich zu.

Für eine Verbesserung der Effizienz im Aftersales lohnt es sich daher, die eigene Werkstatt mit kritischem Blick zu betrachten und die Arbeitsplätze strikt nach den anstehenden Aufgaben zu belegen, so wie es die Industrie seit vielen Jahrzehnten vorlebt. Auch Wartezeiten sind Gift für die Profitabilität: Die Arbeitszeit der Monteure muss optimal genutzt werden! Die Gebäudestruktur und die Werkstattausrüstung sollten ebenfalls hinterfragt werden – auch im Hinblick auf die neuen Herausforderungen im Bereich Digitalisierung und Elektromobilität.

Topthemen

- Industrial Aftersales: Strukturierung von Werkstattarbeitsplätzen nach dem Vorbild der Industrie
- Effizienz steigern, Warte- und Wegezeiten reduzieren
- Funktionale Werkstattstrukturen als Grundlage für die Digitalisierung
- Elektromobilität – Auswirkungen auf Serviceprozesse, Equipment und Infrastruktur
- Bereithalten statt suchen: praktische Tipps für verbesserte Ordnung und Sauberkeit

Information und Anmeldung unter autohaus.de/werkstatt-der-zukunft