

CONTINENTAL

„Wir bauen die Autos der Zukunft“

Neue Technologien wie etwa die E-Mobilität werden sich in nennenswertem Umfang ab 2028 auf den Aftermarket auswirken. Bis dahin will Continental seine Partner fit machen.

KURZFASSUNG

Continental weitet sein Portfolio aus und will das Wissen vermitteln, wie man Autos auch in Zukunft in einem veränderten technologischen Umfeld repariert. Peter J. Wagner, Leiter Independent Aftermarket, erklärt im Interview die Hintergründe.

Continental ist mit dem Geschäftsjahr zufrieden. Peter J. Wagner, Leiter Independent Aftermarket Continental, spricht im Interview mit asp AUTO SERVICE PRAXIS unter anderem über Marktentwicklung, Kundendaten und Produkte.

asp: Herr Wagner, wie ist das Geschäft in diesem Jahr gelaufen? Der Service boomt ja bekanntlich.

P. Wagner: In vielen Regionen in den USA, Europa und China konnten wir ein hohes Wachstum generieren. Auch Deutschland hat sich gut entwickelt. Die Löhne sind gestiegen und die Kraftstoffpreise bewegten sich in Deutschland noch bis vor einigen Wochen auf niedrigem Niveau. Das bedeutet, dass viel gefahren worden ist, und das garantiert gute Geschäfte mit Verschleißteilen. Übrigens ist auch Südeuropa wieder zurückgekommen. In Griechenland bewegt sich die Konjunktur auch wieder nach oben, allerdings auf schwachem Niveau.

asp: Ab welchem Fahrzeugalter kommt Conti ins Spiel?

P. Wagner: Wir gehen vom vierten Fahrzeugjahr aus: Dann wechselt im Durchschnitt der Besitzer und die Kulanz läuft aus. Dann fängt unser Geschäft an. Das entspricht einer Kilometerleistung von 50.000 bis 60.000 Kilometern. Wenn der Automarkt boomt, kommen wir also drei bis vier Jahre danach zum Zug.

asp: In den vergangenen Jahren ist der Fahrzeugmarkt gewachsen, also bleibt das Servicegeschäft mindestens stabil?

P. Wagner: Der Fuhrpark bleibt mit 45 Millionen Fahrzeugen in Deutschland konstant, trotzdem wächst der Aftermarket leicht. Denn aufgrund der höheren Motorisierung und der verbesserten Ausstattung steigt die Wertschöpfung durch höherwertige Teile pro Auto.

asp: Wann kippt der Markt aufgrund von Entwicklungen wie E-Mobilität und Shared Mobility?

P. Wagner: Wir rechnen damit, dass ungefähr im Jahr 2024 die Produktion an Verbrennungsmotoren ihren Höhepunkt erreichen wird. Von da an geht die Zahl der Verbrenner zugunsten von immer mehr alternativen Antrieben zurück. Von den neuen Technologien ist der Aftermarket also frühestens ab 2028 in nennenswertem Umfang betroffen. Dennoch wird der Verbrennungsmotor weiter relevant bleiben – es sind ja noch viele Autos im Markt. Der Hybrid ist aufgrund der beiden Antriebs-

„Mit den entsprechenden Services wollen wir unsere Partner und Werkstätten fit für die Zukunft machen.“

systeme allerdings ein upselling. Wir haben also noch einige Jahre Zeit. Was uns früher ereilt, ist die Veränderung des Wartungsverhaltens. Das Flottengeschäft nimmt zu, ebenso die shared Mobility. Erst mit dem autonomen Fahrzeug ohne Fahrer heißt es nicht mehr Car-to-go, sondern Car-to-come. Dann könnte sich das Geschäft revolutionieren und wir haben ein völlig anderes Szenario. Bis dahin wird sich nichts Grundlegendes verändern.

asp: Wie reagiert Conti darauf?

P. Wagner: Indem wir unser Portfolio ausweiten und das Wissen vermitteln, wie man Autos auch in Zukunft in einem veränderten technologischen Umfeld repariert. Wir bauen die Autos der Zukunft

und wissen, was andere nicht wissen. Mit den entsprechenden Services wollen wir unsere Partner und Werkstätten fit für die Zukunft machen. Wenn die Kunden uns als einen solchen Partner sehen, dann können wir auch Teile verkaufen, die wir heute noch nicht im Portfolio haben. Das war auch die Motivation, um Filter, Batterien und Scheibenwischer unter dem Namen Continental ins Programm zu nehmen. Damit sind wir auf dem richtigen Weg.

asp: Was passiert mit den Werkstätten?

P. Wagner: Wir erleben hier einen Generationswechsel und wissen, dass viele Probleme haben, ihre Nachfolge zu regeln. In den kommenden Jahren kommt es zu einer Bereinigung aufgrund fehlender Nachfolger. Das Volumen verteilt sich dann. Wer übrig bleibt, hat dann auch aufgrund des veränderten Wartungsverhaltens sein Auskommen. Außerdem wird künftig verstärkt die Fähigkeit vorhanden sein müssen, hochqualifizierte Reparaturen durchführen zu können, weil die Technologie immer komplexer wird. Hier sind wir auch wieder gefragt mit hochwertigen Teilen und dem Know-how.

asp: Welche Rolle werden künftig Kundendaten spielen?

P. Wagner: Daten sind das Öl des 21. Jahrhunderts und es wird ein intensiver Wettbewerb um die Kundendaten entstehen. Im VDA wurde bereits ein Papier verabschiedet, das das Teilen der Daten regelt. Die OEM stellen die Daten zur Verfügung und man kann diese dann vom Server abrufen. Diese werden dann in Rohform oder als aufbereitete Dateien für alle im B-to-B tätigen Marktteilnehmer verfügbar sein. Der Zugang ist also gewährleistet – auch wenn heute die backend-Systeme der Hersteller im Moment nicht so bespielt werden, dass es eine ausreichende Menge an Anwendungen gibt. Einige Fahrzeughersteller haben die entsprechenden Möglichkeiten zum Teil



Foto: Continental AG

Peter J. Wagner, Leiter Independent Aftermarket Continental

selbst nicht. Zeitlich sind wir also hinten dran. Das wird aber kommen. Hinsichtlich des direkten Zugangs zum Auto gibt es derzeit keine Telematikeinheit als offene Plattform, die eine Alternative zum Extended Vehicle wäre. Ab 2020 wird es auch eine neue Typgenehmigung geben, die den Zugang zu Reparaturdaten regelt. Dem unabhängigen Aftermarket werden diese Daten zur Verfügung gestellt. Das ist eine Vereinfachung des Geschäftsmodells und wir sehen uns mit dem OEM auf Augenhöhe.

asp: Der Zugang des Herstellers zum Kundenfahrzeug wird künftig mit der Fahrer-ID per Smartphone vereinfacht. Was macht dann der zweite Markt?

P. Wagner: Wir fordern auch dieses Recht und brauchen den Zugang zum Display des Fahrzeugs. Der Fahrer sollte wählen können.

asp: Ist das ein Wunsch?

P. Wagner: Auch das steht in der Vereinbarung des VDA von 2016. Darin ist festgelegt, dass wir darauf zugreifen können.

asp: Bereits jetzt gibt es eine Dongle-Lösung, die den Zugriff ermöglicht, sofern der Kunde das möchte. Wie ist der aktuelle Stand?

P. Wagner: Mit dem Teilehändler Matthies im Norden läuft ein Pilotprojekt mit unserer Remote Vehicle Data Platform (RVD), das jetzt in die Produktivphase übergeht. Wir haben einen Vertrag über die Lieferung

von Dongles geschlossen und möchten eine mittlere fünfstelligen Zahl bis zum zweiten Quartal 2019 im Markt haben. Dann werden wir sehen, welche Daten zur Verfügung stehen. Mit Carat haben wir einen zweiten Kunden im Süden für ein weiteres Pilotprojekt gewonnen. Das läuft also und bestätigt unsere Strategie, auf digitale Services zu setzen.

asp: Warum dauert das so lange?

P. Wagner: Die Technik ist komplex und die Sicherheit muss gewährleistet sein. Einen Dongle zu produzieren mit dem Zugang zu standardisierten Fahrzeugdaten zu abgasrelevanten Informationen (Level 1) ist relativ einfach. Level 2, also die fahrzeugspezifischen Daten, sind schon wesentlich schwieriger zu generieren. Hier gehört viel Know-how dazu und das mussten wir uns erst aneignen.

asp: Was kann man sich davon versprechen?

P. Wagner: Wir haben jetzt Zugang zu fahrzeugspezifischen Daten und können entsprechend interessante Services anbieten, die man mit den standardisierten Daten nicht anbieten kann. Dank der Daten weiß die Werkstatt im Vorfeld, wenn Arbeiten fällig sind, und kann die Kunden entsprechend ansprechen. Der direkte Zugriff und die Ansprache des Kunden erfolgen immer über die Werkstatt, auch wenn der Handel das System anbietet. Wir wollen das Angebot künftig breiter ausrollen. Dann sind auch Ökosysteme möglich. Auch die Plattform Caruso, an der verschiedene Partner beteiligt sind, kann als Ökosystem fungieren. Das sichert unser Geschäftsmodell ab.

asp: Gibt es schon Erfahrungen mit Dongle-Daten?

P. Wagner: Es liegen noch keine detaillierten Daten vor. In der Pilotphase mit Matthies haben ausgewählte Werkstätten über ein Jahr lang die Carespia-Plattform getestet und ihre Erfahrungen aus dem Arbeitsalltag geteilt. Dabei haben wir und Matthies stets eng zusammengearbeitet, um die beste Lösung für den Kunden zu erzielen. Unter anderem wurden das Handling des Dongles für die Werkstätten weiter vereinfacht und die Benutzeroberfläche noch intuitiver gestaltet. Die Arbeit an der Plattform wird auch nach der Markteinführung kontinuierlich weitergehen, es sind zum Beispiel Push-Nachrichten geplant, so dass die Werkstatt

automatisch informiert wird, wenn bei einem Kundenfahrzeug ein Fehler auftritt.

asp: Auf der Automechanika wurden jetzt Batterien, Filter und Scheiben als neue Bestandteile des Produktportfolios präsentiert. Ist der Markt dafür noch da?

P. Wagner: Die Ausweitung ist Teil unserer umfassenden Strategie, als One-Stop-Shop unseren Kunden alles aus einer Hand anzubieten, was sie brauchen, um auch in Zukunft ein gutes Geschäft zu machen: Über unser umfangreiches Serviceangebot wollen wir unsere Partner fit für die technologisch anspruchsvolle Zukunft machen. Gleichzeitig bieten wir ein breites, qualitativ hochwertiges Portfolio einer vertrauenswürdigen, starken Marke. Daher weiten wir unser Angebot noch aus. Bei den Scheibenwischern haben wir die Premiumline eines internationalen OE-Anbieters. Bei Filtern arbeiten wir mit der Firma Ufi zusammen und haben damit die

„Daten sind das Öl des 21. Jahrhunderts und es wird ein intensiver Wettbewerb um die Kundendaten entstehen.“

volle OE-Kompetenz eines bekannten Herstellers. Wir haben die Vertriebsrechte für Deutschland, Österreich, die Schweiz, Benelux und Skandinavien übernommen. Die Produkte sind nur bei uns erhältlich. Im Batteriebereich arbeiten wir mit einem namhaften südafrikanischen Hersteller zusammen, der in Europa Fuß fassen will.

asp: Gibt es Bestrebungen Ihrerseits, sich an Werkstattketten oder anderen Playern zu beteiligen?

P. Wagner: Wir haben ja mit Conti Trade – unter anderem mit der Marke Vergölst – rund 3.000 Werkstätten, die zum Continental-Konzern gehören. Diese Betriebe konzentrieren sich verstärkt auf weitere Carservices. Wir investieren aber auch weiter in den Ausbau unserer Kontakte zu den Werkstätten. Hier wird es künftig ein Bonusprogramm für Werkstätten per App geben, das wir auf der Automechanika vorgestellt haben. Dazu gehört unter anderem auch, dass wir die Werkstätten mit Produkt- und Einbauinformationen versorgen.

asp: Herr Wagner, herzlichen Dank für das Gespräch.

Interview: Ralph M. Meunzel