

Fragen an ...



Foto: TÜV SÜD

Martin Kusatz, Geschäftsführer der Digital Vehicle Scan GmbH & Co. KG

Wo wird der Vehicle Scan eingesetzt?

Der Digital Vehicle Scan kommt überall zum Einsatz, wo ein Fahrzeug digital betrachtet und erfasst werden soll. Das System digitalisiert, vereinfacht und beschleunigt die Dialogannahme, die Rücknahmen von Leasing- und Mietwagen, Fahrzeugübergaben und alle weiteren Überprüfungen, die routinemäßig anfallen. Das System kann sowohl auf dem eigenen Betriebsgelände als auch an öffentlich erreichbaren Standorten platziert werden. Zielgruppen sind unter anderem Autohäuser, Aufbauhersteller, Banken, Flottengesellschaften und -betreiber sowie Autovermieter, Fahrzeughersteller, Spediteure und Fahrzeuglogistiker.

Werden Schadengutachter überflüssig?

Wir unterstützen und ergänzen die Services von TÜV SÜD und erweitern den digitalen Footprint rund um automobiler Services. Wir sind überzeugt, gemeinsam mit dem Schadengutachter die Geschwindigkeit der Gutachtenerstellung zu erhöhen und die Dokumentationsqualität zu verbessern.

Welche Rolle spielt künstliche Intelligenz (KI)?

KI soll das nächste Level bringen, die automatische Erkennung und Bewertung von Schäden (ADDA). Unser Innovationsteam treibt dies Entwicklung mit großem Engagement und agilen Partnern voran. Dies wird nochmals eine Beschleunigung und Sicherheit im Rahmen der Schadenerkennung und Gutachtenerstellung bringen.

Neuer Geschäftsführer

Digitaler Fahrzeugsan | Martin Kusatz (45) ist seit dem 1. August neuer Geschäftsführer der Digital Vehicle Scan GmbH & Co. KG. Als neuer Geschäftsführer wird Martin Kusatz den Digital Vehicle Scan (D.V.S.) in das digitale Produktportfolio von TÜV SÜD integrieren und den Geschäftsbereich weiter ausbauen. TÜV SÜD hat erst kürzlich eine Mehrheit (60 Prozent) an dem Unternehmen übernommen.

„Wir freuen uns, mit Martin Kusatz einen erfahrenen Automanager gewonnen zu haben“, sagt Axel Bischopink, Leiter der Business Unit Car Business Services der Division Mobility von TÜV SÜD. Vor seinem Wechsel war der Automobilkaufmann und studierte Betriebswirt in diversen Vertriebsfunktionen und -stufen bei der Daimler AG in allen Fahrzeugsegmenten sowie bei Daimler Financial Services AG als Remarketing Manager Europe tätig. Beim Autovermieter Europcar verantwortete er den strategischen Einkauf von Nutzfahrzeugen. Als Leiter Business Development bei einem Anbieter von Automotive-Software entwickelte er die Geschäftsfelder E-Commerce und Web-Solutions mit europäischer Ausrichtung. Gemeinsam mit dem Geschäftsführer Alexander Luksch wird Martin Kusatz die Integration der D.V.S. in die bestehende Service-Palette der TÜV SÜD Division Mobility vorantreiben.

Insbesondere der weitere Ausbau des Angebots – vor allem auch international – ist ein Thema, das für den gebürtigen

Berliner ganz oben auf der Agenda steht: „Die schnelle Begutachtung und digitale Bewertung von Fahrzeugen ist ein wichtiger Baustein im Remarketingprozess. Der Digital Vehicle Scan ergänzt hier optimal die bestehende Service-Palette. Mein Ziel ist es, langfristige Kundenbeziehungen und Servicedienstleistungen europaweit aus- und aufzubauen und den Remarketingprozess weiter zu digitalisieren“, so Martin Kusatz.

Der Digital Vehicle Scan braucht für die optische Fahrzeugdokumentation nur 20 Sekunden. Für den Scan wird das Fahrzeug durch die D.V.S.-Box gefahren. Dabei machen aktuell bis zu 22 Hochleistungskameras (in Zukunft bis zu 36) detaillierte Aufnahmen des gesamten Fahrzeuges, die in Echtzeit elektronisch über anwenderspezifische Datenverbindungen direkt beispielsweise in den Service, an den Verkauf oder ans Fuhrparkmanagement weitergeleitet werden. Das System ermöglicht dabei auch, Verschleißdaten, etwa der Reifen, zu monitoren und so anhand fahrzeugspezifischer Daten immer die volle Kostenkontrolle zu behalten.

Es stehen mehrere Varianten zur Auswahl: Indoor- und Outdoor-Anlagen in unterschiedlichen Größen, die für unterschiedliche Fahrzeuge eingesetzt werden können, vom Pkw bis zum Bus. Eine mobile Anlage auf einem Trailer ist ebenfalls bereits konzipiert und könnte zum Beispiel in Häfen mobil bei der Be- und Entladung am Kai eingesetzt werden.



Foto: TÜV SÜD

22 Hochleistungskameras machen detaillierte Aufnahmen des gesamten Fahrzeugs.

Instrument zur Kundenbindung

Hauptuntersuchung | Inzwischen bildet die Hauptuntersuchung (HU) längst nicht mehr die einzige Dienstleistung für Autohäuser und Werkstätten. Doch mit der Fahrzeugüberwachung ist TÜV SÜD groß geworden – und auch heute noch ist die periodische Prüfung eine wichtige Säule im Produktportfolio und unverzichtbares Kundenbindungsinstrument für Werkstätten.

Die Hauptuntersuchung, von vielen Kunden heute noch als „TÜV“ bezeichnet, markiert einen Wendepunkt im Lebenszyklus eines Fahrzeugs. Mit einem Alter von drei Jahren bewegt es sich ins nächste Marktsegment und sein Besitzer wird in Sachen Werkstattwahl preissensibler. Diesen Zeitpunkt darf eine Werkstatt keinesfalls verpassen und sollte den HU-Service bei sich im Haus anbieten, inklusive aller Pre-Checks, empfiehlt TÜV SÜD. Während Autohäuser mit angeschlossener Werkstatt schon beim Verkauf eines Fahrzeugs die Bindung zu einem Kunden etablieren und sukzessive festigen können, sind freie Mitbewerber auf die beständige Akquise neuer Kunden angewiesen. Da bietet sich die HU als Kundenmagnet an. Das Ziel muss eine möglichst hohe HU-Durchführungsquote sein. Experten für Service-



Foto: TÜV SÜD

Wie hoch ist Ihre HU-Durchführungsquote?

marketing raten, eine HU-Durchführungsquote von 60 Prozent anzustreben. Das sollte die Erfolgsquote sein im Verhältnis versandter HU-Einladungen zu durchgeführten Prüfungen in eigenem Betrieb. Die Quote ist ein Indikator dafür, wie stark die Loyalität der Kunden zu einem Betrieb ist. Sinkt sie ab, gibt es dringenden Handlungsbedarf. Dann gilt es, die Marktangebote der Mitbewerber mit den eigenen zu vergleichen. Dabei geht es nicht nur um eine objektive Darstellung von Leistungen. Die meisten Kunden entscheiden nicht nur nach Fakten. Ausschlaggebend ist auch die subjektive Wahrnehmung von Angeboten. Konsequentes HU-Direktmarketing hilft, die Erfolgsquote hochzuhalten.

Raus aus dem Museum

Classic | Mehr als 100 historische Motorräder – darunter die ersten Motorräder überhaupt – starteten am 3. und 4. August 2019 vom Biergarten in der Schlossallee in Haag an der Amper aus auf verschiedene Touren. Zum neunten Mal wurde die Kaiserzeitausfahrt vom Münchner Veteranen Motorrad Club e. V. mit Teilnehmern aus zehn Nationen veranstaltet. Für die technische Sicherheit der Kaiser-Bikes kümmern sich wieder die Oldtimer-Experten von

TÜV SÜD. Sie standen auch vor und nach der Ausfahrt für Fragen rund um kraftfahrzeugtechnisches Kulturgut zur Verfügung. Bei der Kaiserzeitausfahrt sind Motorräder auf der Strecke, die sonst nur im Museum zu sehen sind. Holcroft von 1901, Triumph 3 ½ HP Magneto (1907), Zenith Gradua 500 von 1913 oder Wanderer 616 (1918): Bikes bis Baujahr 1918 und eine Sonderklasse für Fabrikate bis 1924 gingen hier auf Tour.

Reifentest

UHP oft nur Marketing

Ultra-High-Performance-Reifen – das sind super Sportreifen mit viel Grip? Nicht automatisch. Das zeigt ein aktueller Reifentest der Schweizer Fachzeitschrift „auto-illustrierte“ in Kooperation mit TÜV SÜD. Beim Test auf dem Goodyear-Testgelände im französischen Mireval fiel der UHP-Reifen Goodride SA-07 in fast allen Disziplinen gegen zwei Konkurrenten von Goodyear ab. Ein Beleg dafür, dass es sich bei der Bezeichnung UHP eben nur um ein Marketinginstrument handelt. „UHP-Reifen ist nicht gleich UHP-Reifen – Pneus, die mit dieser Bezeichnung verkauft werden, bringen nicht zwingend eine sehr gute Performance mit“, sagt Berthold Stöckl, TÜV SÜD-Reifenexperte. Die Probanden auf dem Testgelände: Goodride SA-07, Goodyear Asymmetric 5 und Goodyear SuperSport in der Größe 235/35 R19. Der Testwagen: ein Hyundai i30 Fastback N. Vor allem beim Bremsstest auf nasser Fahrbahn von 80 Stundenkilometern zeigt der Reifen aus China deutliche Schwächen. Stöckl: „UHP ist keine Garantie. Eine gute Orientierung beim Reifenkauf bieten dagegen unabhängige Testergebnisse.“ Fazit: „Wer bei neuen Reifen neben Sicherheit auf Sportlichkeit setzt, der sollte besonders Sicherheitsparameter wie die Nasshaftung im Auge behalten – hier bietet das Reifenlabel eine gute Orientierung.“



Foto: auto-illustrierte

TÜV SÜD Auto Service

Philip Puls
Tel. 0 89/57 91-23 20, Fax -23 81
philip.puls@tuev-sued.de

TÜV SÜD Auto Partner

Thomas Gensicke
Tel. 0 7 11/72 20-84 73, Fax -84 88
thomas.gensicke@tuev-sued.de

Zentraler Vertrieb

Tel. 07 11/7 82 41-2 51
vertrieb-as@tuev-sued.de