

Alles aus einer Hand

Interview | Das Werkstattkonzept Bosch Car Service feiert den 100. Geburtstag. Aber von wegen alt! Dan Bronkal, Leiter Werkstattkonzepte Region Mitte bei Bosch Automotive Aftermarket, sieht Platz für weiteres Wachstum.



Foto: Bosch

Dan Bronkal, Leiter Werkstattkonzepte Region Mitte bei Bosch Automotive Aftermarket

asp: *Bosch Car Service ist eines der wenigen Werkstattkonzepte, das es zu einer echten Markenbekanntheit gebracht hat. Was sind die Bausteine dieser Erfolgsgeschichte?*

D. Bronkal: In der Marke Bosch Service stecken 100 Jahre Erfahrung. Die Fähigkeit, aus Tradition innovativ zu sein, ist eine gute Basis für diese Erfolgsgeschichte. Wir stehen für Kontinuität und für Innovationen für die Zukunft. Dahinter steht die enge Verknüpfung der Bosch-Entwicklung mit der Umsetzung von technischem Know-how in der Werkstatt. Das hat Tra-

dition und fing bei den ersten Bosch-Werkstätten an. Damals wurden in erster Linie Bosch-Produkte instandgesetzt und ausgetauscht. Heute bieten wir den Werkstattpartnern nicht nur Ersatzteile und alle nötigen Diagnosemöglichkeiten, sondern auch ein breites Wissensnetzwerk. Dabei gilt für uns immer der Grundsatz, dass dieselbe Qualität, die mit der Marke Bosch verbunden ist, auch in den Werkstätten für den Kunden erfahrbar ist.

asp: *Welche konkreten Qualitätsanforderungen stellen Sie an Werkstätten?*

D. Bronkal: Das Qualitätsversprechen steht ganz klar im Fokus bei Bosch Car Service. Wir wollen, dass wir im Markt als die beste Alternative zur Vertragswerkstatt wahrgenommen werden. Das spiegelt sich in den Anforderungen an unsere Werkstätten wider, schon in quantitativen Größen wie der Anzahl qualifizierter Mitarbeiter, der Anzahl der Hebebühnen, der Werk-

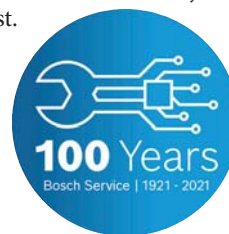
stattausrüstung wie Klimateilgeräten und besonders bei der Ausrüstung mit modernster Prüftechnik zur Fahrzeugdiagnose sowie allen technischen Voraussetzungen zur Durchführung der HU. Mit weltweit standardisierten Qualitätsmanagement-Audits sorgen wir für ein durchgehend hohes Niveau. Ergänzend lassen wir von unabhängigen Prüforganisationen nach strengen Vorgaben regelmäßig nicht angekündigte Werkstatttests durchführen.

asp: *Wie sehen die Pläne zum Werkstattnetz in Deutschland aus?*

D. Bronkal: Wir legen den Fokus auf alle Regionen und auch ganz konkret in Deutschland wollen wir noch weiter wachsen. Wir haben derzeit in Deutschland rund 1.000 Bosch-Car-Service-Werkstattspartner. Dennoch gibt es noch weiße Flecken und Postleitzahlengebiete, wo wir gerne stärker vertreten wären. Diese Lücken wollen wir schließen. Für die nächsten Jahre streben wir weiteres Wachstum an. Flächendeckende Präsenz ist künftig noch wichtiger, weil Partnerschaften mit großen Intermediären wie Versicherungen und Autovermietern mit großen Flotten immer wichtiger werden. Eine klare Wachstumsperspektive sehen wir auch in Österreich und in der Schweiz, wo wir jetzt jeweils 100 Partnerbetriebe haben. Da möchten wir noch mal um je gut die Hälfte wachsen.

asp: *Wo liegen die Herausforderungen für die Betriebe – mal abgesehen von Corona?*

D. Bronkal: Die Werkstätten sind aufgrund ihrer systemrelevanten Aufgabe bisher ganz gut durch die Coronakrise gekommen. Davon unabhängig stehen die Betriebe vor großen Herausforderungen, oder besser gesagt: Sie sind schon mitten drin in einem Umbruch des Werkstattgeschäfts – und das gleich in mehrfacher Hinsicht. Die Fahrzeugtechno-



Kurzfassung

Die beste Alternative zur Markenwerkstatt sein – diesen Anspruch haben die Werkstätten im Netz von Bosch Car Service. Damit dies gelingt, investiert der Konzeptgeber Bosch einiges in die Qualität und will sogar weiter wachsen.

„Versicherer, Leasingfirmen und Vermieter werden für die Werkstatt wichtiger.“

Dan Bronkal, Bosch Automotive Aftermarket

logie ändert sich rasant durch den Einzug von Hybrid- und Elektrofahrzeugen, durch gestiegene Anforderungen an das Datenmanagement bei der Fahrzeugreparatur und perspektivisch sicher durch hochautomatisierte Fahrzeuge. Aber auch in den Prozessen der Kundenansprache ist vieles im Umbruch, insbesondere durch die digitalen Kanäle.

asp: Was haben Sie im Bereich Digitalisierung noch vor?

D. Bronkal: In 2021 steht die Digitalisierung mit der Ausweitung unseres Angebotes im Fokus. Die digitalen Angebote für Produktinformationen, Qualifikation der Werkstattpartner, beispielsweise durch Webcasts, und die unserer Social-Media-Kommunikation werden wir ausweiten. Auch die kontinuierliche Verbesserung bestehender Kommunikationsplattformen wie das Werkstatt-Extranet oder die Internetauftritte sind wichtige Bestandteile. Ein Highlight, die von uns mit einem Partner entwickelte cloudbasierte Werkstattmanagementsoftware, ist von Partnern getestet und optimiert worden, sodass wir diese nun bei interessierten Partnern implementieren können.

asp: Welche Rolle spielt das Servicegeschäft mit Flottenfahrzeugen im Netzwerk?

D. Bronkal: Es ist einer der Megatrends, dass der individuelle Fahrzeugbesitz an Bedeutung verliert. Immer häufiger sind es die Intermediäre, also Versicherer, Leasingfirmen und Vermieter, die Entscheidungen zum Service treffen – damit werden sie auch als Kunden für die Werkstatt wichtiger. Wir stellen uns so auf, dass wir bei Ausschreibungen berücksichtigt werden und wir perspektivisch den Werkstätten mehr Geschäft zuführen können. Mit unserem engen und internationalen Werkstattnetz, der starken Markenbekanntheit und unserer hohen Qualität haben wir ein Alleinstellungsmerkmal.

asp: Wie gut sind die Bosch-Werkstätten auf die Elektromobilität vorbereitet?

D. Bronkal: Ein Bosch Car Service Betrieb muss auch Elektromobilität können. Wer wenn nicht wir? Immerhin kommen wir historisch aus der Tradition der Fahrzeugelektrik. Bosch bietet auch Ersatzteile für Elektrofahrzeuge. Wir haben im Bereich Kraftantrieb einige Komponenten, die wir auch im Erstausrüsterbereich liefern, genauso im Energiemanagement. Dazu passend bieten wir die zugehörige Werkstatt-

ausrüstung mit Diagnosegeräten und die entsprechenden Schulungen von der Grundausbildung bis hin zu Arbeiten unter Spannung. Im Rahmen unserer Tagungen beraten wir auch ganz konkret, wie ein Hochvoltarbeitsplatz einzurichten ist, oder klären Fragen zur Ladeinfrastruktur im eigenen Betrieb. Damit kann sich die Werkstatt komplett aufstellen, um die E-Fahrzeuge zu diagnostizieren, zu reparieren und den Service daran zu machen.

Interview: Dietmar Winkler |

Bosch Car Service – So fing alles an

Der erste Partnervertrag wurde zum 1. Januar 1921 mit der Max Eisenmann & Co. in Hamburg geschlossen. Gegründet als Fahrradhandel en gros, wandelte sich der Betrieb 1897 mit dem Import von englischen Automobilen zu Hamburgs erstem Autohaus. Mit Vertragsschluss firmierte Eisenmann dann als „Offizielle Einbau- und Reparatur-Werkstätte der Robert Bosch A.G.“ Die Bezeichnung „Bosch-Dienst“ mit dem Logo der Bosch-Dienst-Laterne und ein standardisiertes Bosch-Dienst-Vertragswerk folgten 1926.

Das erste Gesamtverzeichnis aus dem Jahr 1930 listet schon 2.750 Werkstätten auf. 1992 wurde in Halle an der Saale der 10.000ste Bosch Service eröffnet. Im Jubiläumsjahr 2021 ist der Bosch Car Service mit mehr als 16.500 Werkstätten in über 150 Ländern vertreten und damit weltweit eine der größten unabhängigen Werkstattketten.



Foto: Bosch

Bild aus alten Tagen: Ein „Bosch-Dienst“ mit dem Logo der Bosch-Dienst-Laterne