

Stell' Dir vor, dein Absatzmarkt stirbt und keiner merkt es!

CARAT-Geschäftsführer Thomas Vollmar über die Zukunft des freien Kfz-Aftermarket

Der Freie Kfz-Reparatur- und Servicemarkt sieht sich bekanntermaßen seit Jahrzehnten massiven Angriffen der Fahrzeughersteller und deren Service- und Teile-Organisationen ausgesetzt. Sie vermitteln dabei in der Regel den Eindruck, dass es gefährlich sein könnte, sein Auto in einer freien Werkstatt warten zu lassen. Der freie Kfz-Servicemarkt hält nicht wirklich dagegen.

Die Autofahrer wissen nichts

Auch wenn wir alle uns mit den Themen E-Call, Telematik und Connected Car beschäftigen und wir Millionen Euro in die Absicherung unseres Geschäfts investieren: Die Autofahrer ahnen nichts davon. Sie bekommen von unserem Kampf für ihre Rechte überhaupt nichts mit. Weder der ADAC noch irgendwelche Special Interest Medien greifen dieses Damoklesschwert über unseren Köpfen auf, so dass der Autofahrer mit der wunderbaren Mischung aus absoluter Gutgläubigkeit und grenzenloser Ahnungslosigkeit den Werbeaussagen der Fahrzeughersteller hinterher rennt. Er kennt nicht die Herkunft der sogenannten Original-Ersatzteile und er weiß nicht, dass die Gewährleistung nicht verfällt, wenn er seine Wartung in einer Freien Werkstatt erledigen lässt.

Autofahrer gemeinsam aufklären

Es gilt daher, die Autofahrer aufzuklären über den Protektionismus der Fahrzeughersteller, über deren Abschottungspolitik, über damit verbundene Monopolisierungstendenzen und Wettbewerbsverzerrung, über die Ausgrenzung des IAM und letztlich über den drohenden Schaden für eine ganze Branche und den Autofahrer selbst.

Wir möchten uns weder mit dieser Situation, noch mit den verunglimpfenden Aussagen der OE-Seite abfinden und daher den Autofahrer über die wichtigsten Hintergründe aufklären. Hierfür haben sich neben der CARAT weitere drei

Handelsgruppen und zwölf Industrieunternehmen zusammengefunden, um seit nunmehr drei Jahren über AUTO BILD, AUTOBILD.de und Social Media den Autofahrer zu erreichen und aufzuklären. Dieser Ansatz hatte die Aufklärung der Autofahrer zu den kritischen Themen wie „Originalersatzteile, Garantieregelungen, Designschutz, Telematik“ genauso im Fokus wie auch die Hervorhebung der guten Qualität der Arbeit in den Freien Werkstätten und den verbauten Ersatzteilen. Der Kreis der Handels- und Industrieunternehmen wächst nun von Jahr zu Jahr stärker an, so dass es hoffentlich bald möglich ist, eine langfristige Kampagne für die Werkstätten und Werkstattkonzepte zu sichern.

Leider gibt es aber noch eine ganze Reihe von Branchenteilnehmern, die sich dieser Initiative verschließen. Insbesondere sind dies Teilelieferanten, die offenbar Konflikte mit ihren Kunden – den Fahrzeugherstellern – fürchten oder die Maßnahme mit einer klassischen B2C-Werbung verwechseln, für die oft keine Budgets geplant werden.

Keine Werbung in Richtung Endverbraucher?

Teilehersteller betonen uns gegenüber immer wieder, sie hätten mit dem Endverbraucher nichts zu tun und würden deshalb auch nichts in die Kommunikation mit ihm investieren. Trotz allem: Der Autofahrer erhält deren Teile in der freien Werkstatt. Die Bedeutung solcher Aussagen kann jeder für sich selbst beurteilen. Wir möchten jedenfalls an ALLE aus dem freien Servicemarkt appellieren, sich einer auf Aufmerksamkeit für unsere Branche angelegte Kampagne nicht zu verschließen. Nur gemeinsam können wir die Autofahrer erreichen. Und hierbei haben die einzelnen Marken nichts zu suchen. Es geht schlicht darum, die Autofahrer für die Themen des freien Marktes zu sensibilisieren. Möglichst viele Teilehersteller und Handelsunternehmen sollten daher zusammenstehen und gemeinsam für ihren gemeinsamen Markt kämpfen. Für den IAM, nicht für die einzelne Marke!

Diese Presseinformation finden Sie auch unter
<https://www.carat-gruppe.de/presse/nachrichten>

Über die CARAT-Gruppe

CARAT verfügt über ein flächendeckendes Händlernetz und ist mit einem Gruppenaußenumsatz von über 1,5 Mrd. € und über 140 angeschlossenen Gesellschafterfirmen eine der großen freien Kfz-Teilekooperationen im deutschen Markt; durch Anbindung an die ADI ist CARAT Teil der bedeutendsten Teile-Kooperation in Europa. CARAT setzt sich aus den Systemzentralen SGH – Sortimentsgroßhandel, der Zentrale für Werkstattkonzepte mit den Marken ad AUTO DIENST / ad truckdrive / AUTO MOBIL MEISTERWERKSTATT/ FAHRWERK, TRUCK SERVICE-DIE PROFI-WERKSTATT, dem Fachmarktsystem AUTOplus, dem Fachgeschäftssystem CARAT Autoteilewelt, dem Lkw-Teilehandel truckdrive und dem Lackspezialisten Karosserie & Lack mit dem Werkstattssystem CARCOLOR – IHR KAROSSERIE-UND LACKIERPROFI zusammen. Weitere Informationen unter: www.carat-gruppe.de.

Kontakt

Thomas Wolpert

CARAT Systementwicklungs- und Marketing GmbH & Co. KG

Am Victoria-Turm 2, 68163 Mannheim

Telefon: 06 21 - 8 60 80-241

E-Mail: thomas.wolpert@carat-gruppe.de

Pressekontakt

Dr. Frauke Weber Kommunikation, Finkenweg 10, D-65582 Diez

Telefon: 0 64 32 – 98 86 13

<http://www.dr-weber-kommunikation.de>

E-Mail: info@dr-weber-kommunikation.de