Zwei Kfz-Meister, zwei Gesellen und drei Lehrlinge arbeiten in der Werkstatt.

Fotos: Valeska Gehrke

BEST PRACTICE

„Es geht um Emotionen“

Als Bremsendoc-Mitglied will die freie Werkstatt „Schanzer Mangold & Zerhau“ die Werkstattauslastung in der Reifenwechselsaison mit dem Bremsscheiben-Optimierungssystem nochmals toppen.

Die Rüstzeiten sind sehr gering“, weiß Jochen Zerhau, Geschäftsführer der Schanzer Werkstatt in Ingolstadt. Seit gerade mal neun Wochen ist das neue Bremsscheiben-Optimierungssystem „Pro Cut PFM 9.2 Boss“ im Einsatz und kommt bereits gut an. Obwohl es anfangs ganz anders aussah: „Nie, nie, nie, nie würde ich das Gerät kaufen“, hatte Armin Mangold angesichts des Anschaffungspreises von rund 8.000 Euro gesagt. Zwei Testdurchläufe und die Möglichkeit das Gerät auch zu leasen, haben die beiden Geschäftsführer, die 2008 ihre eigene Werkstatt gründeten, schließlich doch überzeugt. „Wir haben hier einen Bedarf und genug Kunden mit einer schlagenden Bremse“, erklärt Jochen Zerhau. „Aber nicht nur das, auch das Tragbild der Bremsscheibe wird oft bei der HU bemängelt. Sieht es optisch gut aus, ist das gleich ein Mangelpunkt weniger.“

KURZFASSUNG

Die Schanzer Werkstatt ist seit kurzem Bremsendoc-Mitglied. Mit dem neuen Bremsen-Optimierungssystem kann sie Bremsscheiben bearbeiten und nicht mehr nur tauschen. Das soll für mehr Auslastung, auch in der Rädersaison, sorgen.

Lohnende Alternative

Vor allem für Modelle der Oberklasse, bei denen ein Satz neuer Bremsscheiben eine kostspielige Angelegenheit sein kann, lohnt sich die Bremsscheiben-Optimierung. Diese kostet bei der Schanzer Werkstatt 140 Euro für ein Satz gelochte Bremsscheiben und 70 Euro für normale. Bei aktuell drei bis vier Sätzen pro Woche (jeweils eine Achse) sind unter Berücksichtigung der Arbeitszeit die Leasing-Gebühren schnell wieder drin. Dabei profitiert die Schanzer Werkstatt nicht nur von dem Gerät selbst, mit dem sie den Kunden eine Alternative zu neuen Bremsscheiben anbieten kann, sondern auch von dem Gesamtkonzept „Bremsendoc“ (*siehe Interview rechte Seite*).

Dass Bremsscheiben abgedreht werden, kennt Jochen Zerhau dabei noch aus seinem Ausbildungsbetrieb. „Das neue

Dank praktischem Trolley lässt sich das 50 Kilo schwere Gerät leicht positionieren.

Gerät mit dem flexiblem Flansch lässt sich aber viel einfacher parallel zur Nabe positionieren und man muss es nicht auf die Achse heben“, erklärt er. Denn auf dem Vier-Rad-Trolley ist es flexibel verschiebbar und kann in der Höhe verstellt werden. Per Adapter wird es an der Radnabe befestigt. Der Schneidkopf dreht die Bremsscheibe dann gleichmäßig von beiden Seiten ab und beseitigt so den Schlag und die Dickenschwankung der Bremsscheibe. Ein zusätzlicher Messkopf zeigt zudem die Dicke der Bremsscheibe in Millimetern an. Schließlich muss die vom Fahrzeughersteller vorgegebene Mindestdicke eingehalten werden. „Nach dem Abdrehen hat die Bremse wieder ausreichend Gripp und funktioniert optimal. Unschöne Rillen, Rost und Riefen sind entfernt “, erklärt Mario Kohlmann, der mit seiner Firma We4Sales den Vertrieb des US-amerikanischen Pro-Cut-Systems für Deutschland, Österreich und die Schweiz übernommen hat.

Optische Verschönerung inklusive

„Es geht auch um Emotionen“, ist Jochen Zerhau überzeugt, der in der Reifenwechselsaison mit dem neuen Gerät die Auslastung steigern will. Besonders viel verspricht er sich von der Wechselsaison im Frühjahr, wenn Felgen und Bremsen offen liegen. Denn dann heißt es verrostete Bremsscheiben ade, die Fahrzeuge werden für den Sommer hübsch gemacht, weiß er aus Erfahrung. Schon heute kommen benachbarte Autohändler mit Fahrzeugen, die längere Zeit standen, zur Schanzer Werkstatt, um die Bremsscheiben vor einem Verkauf optisch aufzubessern. „Der Bremsendoc wirkt auf drei Ebenen: bei Autohäusern im Einzugsgebiet, bei Bestandskunden durch das Marketingmaterial und bei Neukunden, die über die Bremsendoc-Homepage auf die Werkstatt aufmerksam werden“, bestätigt Mario Kohlmann. Und das Feedback der Kunden ist positiv. „Bis jetzt waren alle zufrieden“, weiß Jochen Zerhau zu berichten. „Das ist eine Win-Win-Situation. Ich habe dem Kunden Geld und mir Arbeitszeit gespart. Denn der Mechaniker kann nebenher andere Servicearbeiten am Fahrzeug machen. Das Gerät arbeitet autark und schnell.“

Valeska Gehrke

„MEHR AUSLASTUNG FÜR REIFENFACHBETRIEBE“

Das Konzept Bremsendoc richtet sich an freie Werkstätten sowie an den Reifenfachhandel. Mario Kohlmann, der als Geschäftsführer von We4Sales den Bremsedoc vermarktet, erklärt, worin die Vorteile liegen.

Mario Kohlmann von We4Sales

asp: Was ist das Bremsendoc-Konzept?
M. Kohlmann: Der Bremsendoc ist eine Art Qualitätssiegel. Denn die Partner-Betriebe können nicht nur Bremsscheiben tauschen, sondern mit dem Bremsenoptimierungsgerät auch bearbeiten. Dadurch heben sie sich vom Wettbewerb ab, positionieren sich als Bremsenprofi und tragen aktiv zum Umweltschutz bei, da Rohstoff gespart wird.

asp: Warum ist der Bremsendoc speziell für den Reifenfachhandel interessant?
M. Kohlmann: Der Reifenfachhandel hat in seinem Kerngeschäft Probleme und muss sein Geschäftsmodell überdenken. Der Bremsendoc hilft Betrieben dabei, sich auch in Richtung Kfz-Service anzusiedeln und Zusatzgeschäfte außerhalb der Wechselsaison ins Haus zu holen. Aus meiner Sicht ist der Reifenbetrieb einfach prädestiniert Bremsendoc zu werden. Denn er ist es gewohnt, Zusatzleistungen wie Wuchten zu verkaufen und die Bremse ist beim Reifenwechsel sowieso freigelegt. Also kann er auch Bremsen-Wellness aktiv anbieten und so seine Auslastung, auch in reifenschwachen Zeiten, erhöhen.

asp: Welche Voraussetzungen muss ein Betrieb erfüllen, um Bremsendoc-Partner zu werden? Wie hoch sind die Kosten?
M. Kohlmann: Wer Bremsendoc-Partner werden will, muss ein Meisterbetrieb sein. Zudem ist eine technische und eine Verkaufs-Schulung vorgesehen, um den Kunden optimal beraten zu können. Denn es geht nicht immer direkt um eine neue Bremsscheibe, sondern darum, das Problem nachhaltig zu lösen. Das Gerät zur Bremsscheibenoptimierung „Pro Cut PFM 9.2 Boss“ kann dabei für 198 netto pro Monat geleast oder für rund 8.000 Euro gekauft werden. Die Bremsendoc-Lizenzgebühren für Marketing, Werbemittel und Co. liegen bei 49 Euro pro Monat.

„Wir ergänzen uns optimal“, sagt Jochen Zerhau (links) über seinen Partner Armin Mangold (rechts). 2008 gründeten die beiden Kfz-Meister ihre eigene Werkstatt.