



Der Monatskommentar zur Automobilbranche von Prof. Hannes Brachat.

❖ MB-Mutationen: BEV, Luxury, Niederlassungen und Taxi

Ola Källenius (54) wirkt seit 2019 als CEO der Mercedes-Benz Group AG. „**Electric Only**“ lautete seine markante Verheißung 2030. Das wertschöpfende Wachstum hin zur „**Luxus Strategy**“ als weitere Pkw-Konzernausrichtung soll die 2. MB-Säule bilden. Vertriebsvorständin **Britta Seeger**, deren Vertrag eben verlängert wurde, ist der Auffassung, dass Luxus für sich steht und nicht ständig betont werden müsse. Dennoch müssen die Manager aller Couleur bei jeglichem Auftritt – von oben verordnet – das Wort Luxus subtil unters „Volk“ streuen. Das mag für den größten MB-Markt in China anders als für den Deutschlandmarkt gesehen werden. Nachdem der durchschnittliche „Daimler“ 2019 noch 52.000 € kostete und heute bei 72.000 € steht, sollte man für den deutschen Markt nicht meinen, dass jeder „Flottenkunde“ die überteuerte Luxury-Strategie und die einseitige E-Autofestlegung mitträgt. Da wechseln einige die Marke! MB-Verkäufer an der Front berichten das. Dafür sind aber die „coolen Manager“ in der Schwabenmetropole zu weit weg von der Alltagsrealität. Inzwischen muss Källenius ohnehin zurückrudern und einräumen, dass seine ursprüngliche E-Strategie zu optimistisch war und es den Verbrenner noch länger als 2030 bei MB geben wird. Man umschreibt diese erforderlichen Marktwandlung nun als „**taktische Flexibilität**“.

Källenius setzt wie damals Jürgen Schrempp auf Marge, sichtbar ausgedrückt u.a. als Shareholder Value. Damit verabschiedet man sich 2025/2026 beispielsweise von der **A- und B-Klasse**. Die Kleinwagen werfen zu wenig Deckungsbeitrag ab. Was hat man aber beispielsweise bei der A-Klasse seit 1997 bis zur heutigen vierten Generation an Kundenstamm aufgebaut? Die A-Klasse war und ist ein begehrtes Einstiegsmodell und war bei der Einführung 1997 der Vorreiter bei den Mini-Vans.

präsentiert von



* Coda

Die Coda fasst in einer musikalischen Komposition am Schluss deren kernige Charakterzüge zusammen.

HB-Coda

Da wird MB-Managerin **Katrin Adt** hochgehoben, wie sie **Smart** elegant in einer Partnerschaft beim chinesischen Hersteller Geely unterbrachte. Schade, dass man es seit der smart-Gründung 1998 in Hambach über 20 Jahren nicht geschafft hat, aus smart einen wirtschaftlichen Erfolg zu generieren.

Das Einstiegsmodell bei der A-Klasse geht bei 28.000 € los. Aufgemöbelt ist man da rasch bei 38.000 €. Nun gibt man mit der A-Klasse das beste und vielseitigste Auto im Segment auf. Ein Fahrzeug mit derart hoher Kundenakzeptanz. Die Damen und Herren im Top-Management leben von der trügerischen Hoffnung, dass dieses Klientel von sich aus im höheren MB-Segment heimisch werden wird. Es wird also künftig keinen Daimler mehr unter 40.000 € geben. So soll die schwäbisch automobiler Einstiegsplatte der Zukunft aussehen!

Völlig überhöhte Arbeitskosten und Vorstandsbezüge im Neckartal!

MB hat ein Grundproblem, das aber nicht angegangen wird. Die **Arbeitskosten** im Stuttgarter Neckarteil sind hoffnungslos überzogen. 2023 wurden zusätzlich bis zu 7.300 € Prämie an jeden Beschäftigten ausgeschüttet. Die Milliardenbeträge, die für die Betriebsrenten aufzubringen sind, seien erwähnt. Eine Beschäftigungsgarantie bis 2029 ist bei der gegenwärtigen geopolitischen Lage indiskutabel. Die Folge: Sie leben hoffnungslos über ihren Verhältnissen! Klar, dass man dann den smart in China bauen muss. Das ist alles schleichender Substanzverlust! Um das in Euro verständlich auszudrücken.

MB-Vorstandsbezüge

Ola Källenius verdient 2023 **12,2 Mio. €**. Ob sie die schwäbische Grundtugend beherrschen, dass Dienen vor Verdienen kommt!? 2022 lag dessen Vergütung noch bei 6,6 Mio. €. Eine Verdoppelung innerhalb eines Jahres. Wundersame Luxury-Vermehrung!

Die Umstellung auf die **echte Agentur** soll die Vertriebsrendite deutlich verbessern. Auch da ist der internationale Ausgang noch weit offen. Jetzt wollen die „coolen

präsentiert von

HB-Coda

Manager“ obendrein die restlichen **60 Niederlassungsstandorte** inklusive **8.000 Mitarbeiter** verkaufen.



Quelle: Betriebsrat MB

Abb.: 8.000 Mitarbeiter, deren mentale Heimat der „Daimler“, der Hersteller ist, hinter denen eine Personalentwicklungspower steckt, die sprichwörtlich wissen, wo der Hammer hängt, sie sollen „cool“ verdrängt werden. Da ist das letzte Wort noch nicht gesprochen!

Es ist ein offenes Geheimnis, dass Ola Källenius schon als MB-Vertriebsvorstand nie ein inniges Verhältnis zu den Niederlassungen fand. Auch die Aussage, wonach die konzerneigenen Niederlassungen profitabel seien, wird öffentlich unterschiedlich behauptet. Was stimmt denn nun? Die „coolen Manager“ wollen sich offensichtlich vom NL-Anhängsel befreien.

Jürgen Stackmann, Ex-Vertriebsvorstand von VW findet den Verkauf der MB-Niederlassungen logisch und folgerichtig. Er wird sicherlich mal darstellen, weshalb VW beispielsweise seine Marktstellung in München über seine Niederlassung, die **MAHAG** durch die Übernahme von Auto Rapp in Dachau zum 1. März 2024 gezielt ausbaut? VW nennt sein Niederlassungskonglomerat **VGDR** (Volkswagen Group Retail Deutschland). Selbige Autoren müssten eigentlich auch die Auflösung der BMW-Niederlassungen etc. einfordern. Welch einem Widerspruch setzt sich MB aus, wenn man den Eigenvertrieb bei **Daimler-Truck** systematisch ausbaut! Weil der Lkw-Verkauf komplex und beratungsintensiv sei und man mit dem Kunden in ständigem Kontakt sein möchte. Als würde man den **EQS**, die Elektro-S-Klasse ab 110.000 € luxury-mäßig einfach über den Tisch schieben können. Von allein verkauft die sich wirklich nicht. Das zeigen die Verkaufszahlen.

präsentiert von

HB-Coda

Fazit: Man muss sehr wohl den einzelnen Standort einer Niederlassung betrachten. Ich habe die **MB-Niederlassung München** nachstehend beschrieben. Dort wird 2026 auf **100-jähriges regionales Wirken** zurückgeschaut. Und das wollen nun die „coolen Manager“ aus der Hand geben. Nein, sie haben kein gewachsenes Markenverständnis.

Ausverkauf der MB-Niederlassungen

Ich konnte über 30 Jahre das Wirken der größten MB-Niederlassung Deutschlands in **München** durch unseren dortigen Verlagsstandort sehr gut beobachten. Ich kannte sämtliche Niederlassungsleiter persönlich, von **Karl Dersch** (89), **Eckhard Panka** (80), **Dr. Jürgen Fahr** (75), **Wolfgang Schrempp** (†) und zuletzt bis zu seinem Ausscheiden in den Ruhestand 2021 über 21 Jahre (!) **Ulrich Kowalewski** aus persönlicher Nähe und eingehenden Gesprächen.

Die MB-Niederlassungsleiter trugen früher den Direktorentitel. Es war der MB-Ritterschlag als **Direktor** berufen zu werden. Die eben genannten Persönlichkeiten waren allesamt an ihrem Standort in München der „**Mister Mercedes**“ und als solche „**erster Verkäufer, MB-Repräsentant**“ vor Ort. Beispiele: Das Unikum Karl Dersch fuhr ab 20 Uhr in den Stadtbussen mit, um die Busfahrer von MAN auf MB einzuschwören. Er lud alle 72 Stadträte Münchens einzeln in die Niederlassung ein. Die Folge: Der städtische Fuhrpark wurde eindrucksvoll auf MB umgestellt. Dersch besorgte in Perlach nahe der Autobahn ein großes Grundstück für einen neuen Lkw-Standort in München. Zur Einweihung kam **Ministerpräsident Franz Josef Strauß** himself. Und dieser fuhr als Dienstwagen nicht nur BMW. Der Ehrgeiz von Karl Dersch muss am Hauptstandort von BMW Jahr für Jahr einen größeren Marktanteil vorweisen. Also besann er sich auch auf **SIXT**. Und siehe da, sämtliche große Werbesilhouetten von SIXT an den Flughäfen und Mietwagenstationen wurden von der Stammagentur von SIXT, Jung von Matt allesamt sichtbar als MB-Modelle ausgeführt. Plötzlich saß Karl Dersch im Aufsichtsrat bei SIXT und sagte, was die Zentralisten in Stuttgart für München zuzuarbeiten hatten.

Es hat seinen Grund, weshalb **MB-Chef Helmut Werner** 1998 **Eckhard Panka, Dr.**

präsentiert von

HB-Coda

Jürgen Fahr und in Folge auch **Walter Missing** aus der Möhringer Deutschlandzentrale zur Gründung der MBVD an den Potsdamer Platz in Berlin ausgliederte. Und MBVD-Chef Eckhard Panka agierte bis zum heutigen Tage ohne Frage als bester „Stern“ in Berlin. Das waren allesamt fleißige „Stern-Akteure“.

Wolfgang Schrempp hat in München den MB-Vertreter Henne integriert und am Neubaukonzept der Niederlassung mitgewirkt. Jetzt nochmals „Karli“ Dersch. Er hat in unmittelbarer Nachbarschaft zur MB-Niederlassung an der Donnersberger Brücke - 180.000 Fahrzeugbewegungen auf der Brücke pro Tag (!) - schon früh ein Grundstück erworben. Dersch weitsichtig: „Wir bauen eines Tages die neue Niederlassung in die Höhe und veräußern die alte Niederlassungsfläche.“ Damit waren vom Neubau-Investment der NL von 80 Mio. die Hälfte bezahlt. Mit der Neueröffnung 2003 wirkte nun 21 Jahre **Ulrich Kowalewski**. Sein Münchener Kurzname wie Markenzeichen: „**Kowa**“.

Nachstehende Abbildung zeigt die Werte, die in der MB-Niederlassung München gelebt wurden bzw. noch leben.



Quelle: Prof. Hannes Brachat

Abb.: Die gelebten Werte der MB-Niederlassung München sowie das Abschiedsgeschenk für NL-Leiter Ulrich Kowalewski, ein Gemälde von Otmar Alt. Welch eine Wertschätzung!

Den Abschied im September 2021 zierte dann ein Gemälde vom großen Künstler **Otmar Alt**. Die Abschiedsrede hielt im Namen der „MB-Kowa-Fan-Gemeinde“

präsentiert von

HB-Coda

Ex-Ministerpräsident **Dr. Edmund Stoiber**. Beide sind seit Jahren per Du! Das ist gelebte Partnerschaft in der Region!

Wer immer auch die Münchener 20.000 qm große Niederlassung erwirbt, wo zur Stunde auf vier Etagen 500 NW und GW präsentiert werden, ist da bei solider Betrachtung mit mindestens 100 Mio. € zuzüglich 800 Mitarbeitern in München bei einer Übernahme gefordert. Wie viele Autos muss man da mit 6% Agenturprovision vermarkten, bis sich das jemals rechnet? Welche Einzelkosten hat Mercedes Benz selber aufgrund des Agenturvertriebs auch in Zukunft zu tragen? Das wird eine verdammt aufwendige Musterkostenrechnung werden. Man wird sehen, wer hier international zur Übernahme auftreten wird.

Mercedes-Benz Arena Berlin mutiert zur Uber Arena

Der Mercedes-Benz-Vertrieb Deutschland hat seinen Sitz in Berlin Friedrichshain. Ums Eck befindet sich seit 2015 eine der größten Eventlocations Berlins, die bislang den Namen „**Mercedes-Benz Arena**“ getragen hat. Die angrenzende Fußgängerzone trägt bzw. trug den Namen „**Mercedes-Platz**“. **Uber** feiert aktuell sein 10-jähriges Deutschlandjubiläum. Und das zum 22.3.24 mit der Namensumwidmung mit der Mutation von „Mercedes-Benz Arena“ zu „**Uber Arena**“ und der „Mercedes-Platz“ wird künftig „**Uber-Platz**“ heißen. Der Deutsche Taxi- und Mietwagenverband fordert, den Uber-Platz „Platz der Schwarzarbeit“ zu benennen. Es sollen in Berlin 2000 „Mietwagen“ illegal unterwegs sein. Bei diesen „Mietwagen“ sind die jeweiligen Fahrgäste nicht versichert. Uber sieht sich allenfalls als reiner Vermittler und kassiert bis zu 30% des Fahrpreises. Uber reinigt so seine Hände in juristisch in Unschuld.

Was müssen wohl alle **Taxifahrer in Berlin** über das öffentliche Schweigen von Mercedes-Benz zu dieser Namensmutation denken? Fühlen? Die „coolen Oberen“ bei Mercedes-Benz sehen das Taxigeschäft ohnehin als Verlustsparte. Da entwickelt sich in deren Köpfen keine Freude, wenn sie als **Marktführer ihre Taxiflotte** vor den Bahnhöfen oder am Flughafen das Meer ihrer Modelle sichten. Verkaufte Probefahrten, die die Taxifahrer jeweils leisten, greifen in deren Margenverständnis

präsentiert von

HB-Coda

zu kurz. Sie lassen es lieber zu, dass da mancher Taxi-Stern fünf Jahre alt und 500.000 km auf dem Buckel hat und der Fahrgast „luxurymäßig“ auf dem Rücksitz plattgedrückte Federn am Allerwertesten fühlen kann. Und das mit eingezogenen Knien. „Das Beste oder nichts!“, so das Daimler-Motto gilt hier wirklich nicht. Wie bei der A-Klasse, man grenzt nach 70 Jahren Taxi-Engagement als Marktführer eine angestammte Klientel bewusst aus. Welch eine Denke?

Die erste Autofahrerin der Welt: Bertha Benz!

Da stehe ich mit **Markus und Felix Walter** vom Autozentrum Walter in **Pforzheim** (Nissan, Hyundai, MG, Honda-Service) auf dem Waisenplatz, direkt am Stadttheater. Dort steht ein unkommentiertes (!) Exposé, das René Dantes in Erinnerung an die in Pforzheim 1849 geborene **Bertha Benz** erinnern soll.



Bertha Benz-Denkmal in Pforzheim

© Foto: Prof. Hannes Brachat

präsentiert von

HB-Coda

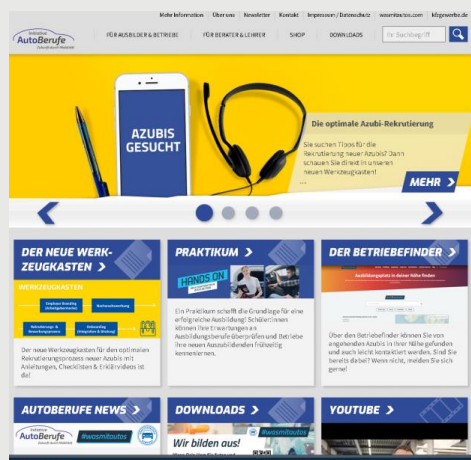
Bertha fuhr 1888 mit dem Motorwagen 106 km weit von Mannheim nach Pforzheim. Sie gilt als **erste Autofahrerin der Geschichte**. Ihr Mann, Carl Benz hat 1886 den **ersten Motorwagen der Welt** entwickelt.

Wir schrieben an den Rektor der Hochschule Pforzheim, nachdem sich die Hochschule in Sachen automobiles Design einen besonderen Namen erarbeitet hat. Man möge diesen Platz unbedingt mit einer Plastik - gestiftet von MB - der ersten Automobilistin und gehörigen Sitzplätzen ergänzen und zu einer besonderen „Community“ für alle aktuellen und ehemaligen Automobilisten entwickeln. Deren Antwort: Null! Stillschweigen!

Aktuell beantragt **OB Peter Boch** und **WSP-Direktor Oliver Reitz**, dass der Platz künftig „Bertha-Benz-Platz“ heißen soll. Wir haben unsere Vorschläge bereits an den OB ins Rathaus geschickt. Man wundert sich, dass Mercedes-Benz in der Sache nicht selbst aktiv wird. Das ist gewiss nicht erste Aufgabe des Konzernchefs, aber zeigt, wie lau die Marke auf heimischem Markt vielfach unterwegs ist. Es kommt aber oft im Leben auf Kleinigkeiten an!

❖ Fachkräftemangel – Katalog der guten Dinge!

Es ist so, zahlreiche Aktivitäten für die Ausbildungswerbung im Auto-Gewerbe zeigen Wirkung. Beispiele:



Quelle:
Prof. Hannes
Brachat,
ZDK,
Autoland,
Wellergruppe



präsentiert von



HB-Coda

Abb.: Einige Autohäuser werben großflächig an ihrer Attika. Im Odenwald „Suche Lehrling, biete Mercedes“ kann sich der Lehrling an der Restauration einer G-Klasse üben und sein Werk nach Vollendung mitnehmen. AUTOLAND betreibt Recruiting über SocialMedia, 4 Tage Woche, Firmenwagen etc. Die Wellergruppe lädt exotisch zur Jobmesse in Osnabrück ein. Der ZDK o.re. offeriert einen **kompletten Werkzeugkasten** für die einzelnen Auto-Berufe! Er kann übers ZDK-Netz unter www.autoberufe.de abgerufen werden.

„**AutoBerufe – Zukunft durch Mobilität**“ so lautet die bundesweite Gemeinschaftsinitiative der Automobilhersteller, der Internationalen Kraftfahrzeughersteller, der Robert Bosch GmbH sowie des Zentralverbands des Deutschen Kfz-Gewerbes (ZDK), die seit vielen Jahren werblich auf breiter Ebene geschaltet wird. Der ZDK selber stützt die Mitarbeitersuche unter www.autoberufe.de mit sehr guten werblichen Vorlagen. Dort mit einem berufsspezifischen Werkzeugkasten. Oder der **Bayerische Kfz-Landesverband** war aktuell auf der Handwerksmesse vom 28.2.24 bis 3. März 2024 mit einem eigenen Stand „AutoBerufeAktuell“ vertreten.

Zahl der Ausbildungsbewerber steigt!

Die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge im Auto Gewerbe sind im vergangenen Jahr wieder deutlich gestiegen und zwar bei den **Kfz-Mechatroniker/in** auf 23.517 neue Ausbildungsverträge. Auch bei den **Automobilkaufleuten** ist mit 5493 neuen Azubis ein positiver Trend festzustellen. Aktuell bildet das Auto Gewerbe mehr als 93.000 junge Menschen in technischen und kaufmännischen Berufen aus.

Auch wenn die Anzahl neuer Verträge positiv zu würdigen ist, heißt das noch nicht, dass auch jeder ausbildungswillige Kfz-Betrieb einen „Aspiranten“ findet. Auch das hat unterschiedliche Ursachen, sei es die Marke, ländlicher Standort, Altbau etc. Dieser Tage schilderte mir der tüchtige Chef einer freien Werkstatt auf dem Lande in einer 4.000-Einwohnergemeinde, dass sein bester Lehrling den Mechatroniker mit Auszeichnung bestanden habe und trotz eines Anfangsgehaltes von 2.800 € nach sechs Monaten sich freiwillig zum Bundesgrenzschutz verabschiedet habe.

präsentiert von

HB-Coda

Mitarbeiter halten!

Die Befriedung des Fachkräftemangels sollte also um den Aspekt erweitert werden, wie Mitarbeiter gehalten werden können. Im Autohaus Siebrecht in Uslar sieht das Leistungspaket dazu so aus:

Benefits Mitarbeiter



Dienst-E-Bike
inklusive Versicherung



Chiro- und
Heilpraktiker



50€ für jede erfolgreiche
Vermittlung eines
Neukunden für ein
neues Fahrzeug



Kostenlose Kranken-
Zusatzversicherung



Altersvorsorge



25€ jährlicher Zuschuss
zu Sicherheitsschuhen



20€ Beitragszuschuss
für ein Fitnessstudio



Kostenloser Eintritt
ins Schwimmbad



2 kostenlose
Mitarbeitermassagen
pro Monat

Quelle: Siebrecht, Uslar
Abb.: Mitarbeiter Benefits

Automobilgruppe
SiebrECHT
ungewöhnlich - persönlich

Imagepolitik für das Handwerk

Es sei eine weitere Gedankenebene eingezogen. Headline: **Anerkennung!** Immer noch herrscht in vielen Elternhäusern der Akademisierungswahn für ihre Kinder vor. Das Studium um jeden Preis! Derweil geht es um die individuelle Stärke eines jeden. Wenn künftig alle nur noch vor dem Computer sitzen, lassen sich davon keine Häuser bauen, kein Dach decken, keine Brötchen backen. KI und Roboter können niemals Autoreparaturen durchführen. Das **Handwerk** bedarf gesellschaftlich einer viel größeren Anerkennung. **Wertschätzung!** Viele wissen gar nicht, dass ein Meister, Techniker oder Fachschulabsolvent mehr verdient als einer mit Bachelorabschluss.

präsentiert von

HB-Coda

Pro Jahr machen sage und schreibe **3.500 (!) Mechatroniker die Kfz-Meisterprüfung**. Bayern, einzig Bayern (!) bezahlt jedem Absolventen mit Meisterbrief einen Meisterbonus von 3.000 € (!). Das ist Wertschätzung! Wir sollten es ferner unseren österreichischen Nachbarn gleichtun.



© Sissi Furgler Fotografie

Mst. Ing. Klaus Edelsbrunner

Bundesgremialobmann Obmann KommR

Wir zieren jede Visitenkarte eines Kfz-Meisters, indem wir gleich vor den Vornamen „Mst.“ - siehe Abb. - voranstellen. In jeder Mail des Meisters steht der „Dr.-Titel des Handwerks“ „Mst.“ voran. Meinte doch schon Richard Wagner 1868 in seiner Oper „Die Meistersinger von Nürnberg“: „Ihr Deutschen, ehret eure Meister!“ Wir sollten das unbedingt tun. Nicht lange nachfragen: Machen! Aufwerten! Anerkennung verschaffen! So werden künftig Visitenkarten mit großer „Handwerker-Würde“ „meisterlich“ ausgehändigt.

Führungsebene qualifizieren

Im Rahmen der **Personalentwicklung** und jährlich 3.500 neuen Kfz-Meistern in der Branche und 100 BFC-Absolventen in Northeim sollte avisiert werden, wie diese aktiv für die Führungsebene im Autohaus systematisch qualifiziert werden. Sei es als Verkaufsleiter, als Teileleiter oder Werkstattleiter. Ihre so wichtige Aufgabe besteht doch darin, die Mitarbeiter in ihrem Bereich täglich mitzunehmen, zu motivieren, weiter zu qualifizieren. Diese so wichtige Spezies sollte individuell auf ihr Team zugehen, individuelles Feedback geben, flexible Arbeitszeiten gestalten und das alles in gefälligem Umgangston alltagsgerecht positiv gestalten. Und diese

präsentiert von

HB-Coda

besondere „Qualifizierungsstufe“ praktisch zu vermitteln und fort zu entwickeln könnte ein wichtiger Zukunfts-Baustein der **BFC-Entwicklung in Northeim** sein. Am Rande sei erwähnt: Auch das erfolgreiche Wirken des BFC-Duos in Northeim „Peter - Gerl“ bedarf altersbedingt in absehbarer Zeit einer geeigneten Nachfolge.

Das lässt sich inhaltlich noch erweitern. Es ist mit Sicherheit nicht so, dass von den jährlich 3.500 neuen Kfz-Meistern nicht einige die DNA in sich hätten, sich selbständig zu machen. Der eine oder andere hätte wirklich Interesse, in ein bestehendes Autohaus oder eine freie Werkstatt einzusteigen. Der andere favorisiert das freie Unternehmertum als **freier Mehrmarkenhändler** ohne Zwangsjacke Markenhandel. Weshalb wird an der BFC nicht konkret aufgezeigt, wie das gelingen kann? Da heißt es dann so lapidar, wie kann man sich heute noch mit einem Kfz-Betrieb selbständig machen? Das gelingt! Du musst nur **besser sein** als dein Wettbewerber und davon deine Bank überzeugen können. Ich kenne genügend „freie“, kleiner Auto-Betriebe, die mit zwei Arbeitsplätzen begonnen haben und fünf Jahre später mit sieben Arbeitsplätzen unterwegs waren. Aber weniger mit völlig überzogenen Werkstattstandards durch Hersteller oder Stundenverrechnungssätzen von 180 € etc., sondern als freie Unternehmer, mit persönlichem direkten Kundenkontakt und echter Kundenbetreuung.

Bosch, schwäbische Firma, ist seit 1916 mit „Bosch Car Service“ am Markt tätig, weltweit in 150 Ländern mit 15.000 Bosch-Car-Service-Betrieben. Bosch hat es bis heute geschafft, ihre Partner auf technisch aktuellem Level zu halten. Sie werden dafür sorgen, dass das auch in Zukunft gelingt. Bosch hat beispielsweise eine digitale Datenbank aufgebaut, in der sämtliche technischen Probleme der letzten zehn Jahre quer über alle Marken gespeichert sind. Der einzelne Bosch-Partner gibt sein technisches Problem ein und erhält innerhalb von zehn Sekunden die Problemlösung. Das ist **schwäbische Digitalisierung**! Bosch geht aktuell aktiv in die Werbung für selbständiges Unternehmertum! Gut so! Auf die echten Risikoträger im Mittelstand! Sie leisten einen großen Beitrag für den Wohlstand im Lande.

präsentiert von



HB-Coda



Quelle: Bosch

Abb.: Auf das selbständige, freie
Unternehmerwirken!

Zentralverband Deuts... • Folgen
3 Tg. • 🌐

🤗 🚗 🏆

Auto-Unterstützer
des Jahres

Wer holt den Pokal 2024?
Wir haben uns schon mal festgelegt!
Pokal für den
Auto-Unterstützer des Jahres

Das deutsche Kfz-Gewerbe arbeitet fleißig und zuverlässig,
damit Sie sicher ans Ziel kommen: Gut, dass es Autos gibt!

ZDK

Spruch des Monats:

Der ZDK aktuell im Werbeauftritt vor SIXT, große Klasse! Ein Unding, dass eine Minigewerkschaft (GDL) nach Vorlage eines Vermittlervorschlages die Republik lahmlegen kann. Unverantwortlich!

Bei dieser Anzeige kommt Branchenfreude auf und wird den Top-Verkaufsmonat im Jahr, den März „beflügel“!

Mit meinen besten Grüßen und Wünschen

Ihr Prof. Hannes Brachat

www.brachat.de

präsentiert von