

Die Vielfalt der Vertriebskanäle

In der Umfrage unter den Öllieferanten gibt es nur Gewinner im schrumpfenden Markt. Bei der Auswahl der Vertriebskanäle gibt es immer größere Unterschiede.



Gerald Kaspar,
Lukoil



Günther Katzen-
gruber, Total



Gerhard Wolf,
Castrol

A&W: Wie ist das Öljahr 2016 bislang für Ihr Unternehmen verlaufen? Wie schätzen Sie generell die aktuelle Entwicklung im Markt ein?

Katzengruber, Total: Das Jahr 2016 war für die Total in Österreich ein absolutes Rekordjahr – wir konnten in allen relevanten Segmenten unsere Marktposition stärken, speziell natürlich im Pkw-Bereich. Dieses gute Ergebnis ist unter anderem auf die Veränderungen am österreichischen Markt zurückzuführen. Wieder einmal hat sich gezeigt, dass dem Kunden in Österreich eine direkte Betreuung sehr wichtig ist. Tendenziell zeigen uns sämtliche Analysen, daß der Schmierstoffmarkt rückläufig ist. Viele Prognosen deuten trotzdem darauf hin, dass der Anteil an elektrischen Fahrzeugen auch in den nächsten Jahren keine allzu große Bedeutung haben wird – somit wird der Schmierstoff in den Werkstätten weiterhin ein bedeutender Margenbringer sein.

Kaspar, Lukoil: Der Markt hat sich – gerade in Österreich – verlagert. Die Struktur der Schmiermittelkonzerne, wie wir sie aus der Vergangenheit kennen, erlebt gerade einen eklatanten Wandel. Die Schmiermittelanbieter werden in Zukunft nicht nur im Preis und der Qualität Unterscheidungen finden, sondern aus unserer Sicht, viel mehr durch persönliche Betreuung punkten müssen. Wir von LUKOIL sind auf diesen Wandel eingestellt. Wir decken mit unserer Struktur sämtliche Sparten im Schmiermittelbereich ab – sei es das klassische Werkstättengeschäft

durch Direktbetreuung durch unseren Außendienst, wie aber auch die persönliche Betreuung von Industriebetrieben. Selbstverständlich immer unter Beachtung der Kosten-Nutzen Schere.

Paukert, Liqui Moly: Für 2016 befinden wir uns im Zielkorridor hinsichtlich des Umsatzes. Im Vergleich zum Vorjahr liegt dieser 11 Prozent höher. Und auch die Ertragsseite stimmt. Das ist die entscheidende Größe. Insofern sind wir bislang sehr zufrieden mit dem aktuellen Öl-Jahr. Der Markt als solcher ist härter umkämpft als noch vor einigen Jahren, weil die Zahl der Wettbewerber gestiegen ist. Wobei wir uns nicht am Wettbewerb, der Konjunktur oder anderen vergleichbaren Parametern orientieren, sondern einfach unser Ding durchziehen. Das ist einer unserer Erfolgsgaranten.

Obereder: Für unser Unternehmen ist das Jahr 2016 sehr positiv verlaufen, was natürlich auch mit der Übernahme von vielen Castrol Kunden zusammenhängt. Man merkt aber auch bei bestehenden Kunden, dass die Qualität der Produkte und der Service den wir mit unserer Außendienstmannschaft bieten sowie die Logistik Vorteile die wir haben, beim Kunden sehr wohl geschätzt werden. Die generelle Stimmung sehe ich als etwas gedämpft, was auch mit den ungewissen Faktoren wie Internet und Elektromobilität zu tun hat. Ich bin allerdings der Meinung, dass in jedem Problem auch eine Chance liegen kann, wenn man diese richtig nutzt. Ohnehin wird das Thema Elektromobilität eher ein langfristiges Thema sein, Schmierstoffe als wichtiges Instrument für die Werkstatt sollten nicht unterschätzt und auch in Zukunft weiterhin gepflegt werden.

Bolch, Petronas: Wir können auf ein sehr erfolgreiches Jahr zurückblicken. Es war sicherlich kein einfaches Jahr und hier spreche ich auch generell für den Markt, doch wir konnten die Herausforderungen sehr gut meistern, vielleicht besser als andere Anbieter. Heute verzeichnen wir Wachstum in allen Bereichen. Mit unserem starken Partner Birner gewinnen wir weiter an Marktanteilen in Österreich. Generell ist es keine Neuigkeit, dass wir uns in einem Verdrängungsmarkt befinden, es wird sich zeigen, wer seine Hausaufgaben am besten macht.

Wolf, Castrol: Die gesamte Mineralölbranche operiert

weiterhin in einem herausfordernden Marktumfeld. Seit mehr als zwei Jahren ist der Ölpreis volatil und hat sich derzeit auf ein Niveau zwischen 45 und 50 USD pro Barrel eingependelt. Unsere Quartalszahlen zeigen, dass wir in diesen schwierigen Zeiten effektiv agieren und dabei zunehmend innovativer und reaktionsschneller werden. In Österreich blicken wir auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. In den ersten drei Quartalen erzielten wir in allen Geschäftsbereichen – im Tankstellen-, Schmierstoff- und Flugtreibstoff-Bereich – sehr erfreuliche operative und finanzielle Ergebnisse.

Es ist sicher eine große Herausforderung das Leistungsniveau von 2016 zu halten und gleichzeitig an Verbesserungen zu arbeiten. Darüber hinaus beschäftigten wir uns auch mit Wegen und Möglichkeiten in eine CO2 ärmere Zukunft zu gehen. Wir unterstützen die Entwicklung von modernsten Technologien und investieren seit Jahrzehnten in die Forschung und Entwicklung CO2 armer Energieerzeugung.

Als absolute Produktinnovation hat Castrol im 3. Quartal 2016 MAGNATEC mit Dualock-Technologie an den Start gebracht. Ein Motoröl, das 50% mehr Schutz vor Stop&Go-bedingtem Motorverschleiß bietet. Castrol MAGNATEC STOP-START enthält intelligente Moleküle, die anhaften und eine selbstheilende Schicht bilden, die während der kritischen Phase im Stop&Go Verkehr Schutz bietet. Selbst wenn Moleküle im Kampf gegen den Verschleiß entfernt werden, bauen andere die Schutzschicht sofort wieder auf. Castrol hat auch das Geschäftsmodell der indirekten Kundenbetreuung über die Partnerbetriebe Obereder und Adamol weiter positiv konsolidiert. Mit der Firma Stahlgruber hat sich eine neue Partnerschaft entwickelt.

Huber, Eurolub: Das Geschäft in Deutschland stagniert! In Österreich haben wir uns in 2016 im zweistelligen Bereich in Absatz und Umsatz gesteigert! Im Exportgeschäft im nicht EU Raum konnten wir gut 20% in Absatz und Umsatz steigern!

Köck, Motul: Für uns verlief das Jahr 2016 bisher sehr erfolgreich. Ausschlaggebend dafür ist hier sicher der richtige Mix aus hervorragenden Produkten, einer starken, klar positionierten Marke und zusätzlichen Services, die echten Mehrwert schaffen – das Ganze gepaart mit einer persönlichen und auf Kontinuität ausgelegten Zusammenarbeit mit unseren Fachhandelspartnern. Bezogen auf die allgemeine Entwicklung der Branche bin ich überzeugt, dass das Schmierstoffgeschäft noch viele Jahre eine tragende Rolle bei der Wartung von Kraftfahrzeugen spielen und somit weiter ein bedeutender Umsatzbringer für die Autohäuser und Werkstätten sein wird.

Wendl, Shell: 2016 läuft für uns bisher sehr erfolgreich – ganz besonders auch im Pkw- und Nfz-Bereich, wo wir ein zweistelliges Wachstum erzielen werden. Den Schmierstoffmarkt im Pkw- und Nfz-Bereich

schätzen wir auf einem konstant bleibenden Level ein, nachdem die Zunahme vom Fahrzeugbestand durch geringer werdende Ölfüllmengen und längere Wechselintervalle kompensiert wird.

Schneider, Motorex: Wir konnten aufgrund seriöser technischer Beratung unsere Schmierstoffumsätze in eine sehr positive Richtung entwickeln. Die Anzahl jener Fahrzeuge im Markt, welche Öle mit geringen Anforderungen an Viskosität, Herstellerspezifikationen und Verträglichkeit mit Abgasnachbehandlungssystemen haben, nimmt stetig ab. Daher bemerken wir eine starke Entwicklung hin zu hochwertigen Motorenölen. Auch die Vielfalt an Freigaben und Spezifikationen nimmt weiter zu.

Reitinger, Fuchs: Rückblickend war das Jahr 2016 sehr erfolgreich für FUCHS AUSTRIA. Mit 6 Außendienstmitarbeitern im Bereich Automotive und 4 im Bereich Industrie sind wir ein sehr bedeutender Partner für alle Schmierstoffkunden in Österreich. Unser im September 2015 gestartetes Projekt Autoteilehandel hat sich 2016 zur Erfolgsstory entwickelt. Ende 2016 finden Sie den Premium Hersteller FUCHS bei 46 Autoteilehändlern strategisch sehr gut verteilt in ganz Österreich. Mit unserem neuen Handelspartner, der ATP Gruppe wird diese erfolgreiche Entwicklung 2017 fortgesetzt. Ein Großteil der ATP Mitglieder hat sich bereits für den führenden Erstbefüller FUCHS der Deutschen Autoindustrie entschieden. FUCHS in Thalgau verfügt über ein eigenes Schmierstofflager mit über 2000 m² und ein eigenes Labor für Standardanalysen. Unsere gut geschulten Mitarbeiter beraten die Kunden über das breit gefächerte Produktportfolio und sind zusammen mit dem Außendienst und der Anwendungstechnik der ideale Problemlöser in allen Schmierstofffragen. Dies unterscheidet uns maßgeblich von unseren Markbegleitern, welche, mit wenigen Ausnahmen, ihren Schmierstoffverkauf ausgelagert haben

Mauerhofer, mapo: Für uns war das Geschäftsjahr 2016 sehr zufriedenstellend. Die Marktsituation ist schwieriger als in den vergangenen Jahren. Wenn man auf exklusive Qualitätsprodukte setzt, wird man weiterhin einen Erfolg am Markt verzeichnen können.

Spatzierer, Leikermoser: Das auslaufende Jahr war für uns von LM Energy positiv und hat wieder deutliche Zuwächse gebracht. Nach der Erweiterung der mittlerweile 4 namhafte Schmierstoffmarken können wir nun auf ein breites Spektrum abdecken und überzeugen. Neben der Schmierstoffvielfalt bieten wir als Komplettlieferant auch Treibstoffe & AdBlue sowie notwendige Gerätschaften an. Die generelle Marktentwicklung ist keine zufriedenstellende - denn einerseits die ständig wachsende und politisch befeuerte Elektroauto Community, und andererseits die wachsende Veränderung der Vertriebswege der Großkonzerne sorgen für Unruhe und vermehrte Preissensibilität. Ehemalige Big Player sind nur noch ein Schatten

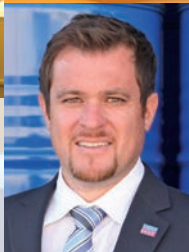
seiner selbst und nachfolgende Händler müssen erst Ihre Claims abstecken und das 1x1 der Branche oft schmerzhaft lernen. Hinzu kommt das die Fahrzeughersteller & -Importeure in großen Schritten vermehrt mit sog. Genuine Öle (Eigenmarken) über den Hebel der Ersatzteilanrechnung in dieses Segment einsteigen und die Wertschöpfung für einerseits Werkstätten als auch die Ölfirmen empfindlich reduzieren. **Neubauer, Veedol:** Die Veedol in Deutschland wurde erst vor 2 ½ Jahren neu gegründet. Obwohl diese alte Marke somit noch sehr „jung“ zurück ist können wir dennoch in Deutschland schon von einem messbaren Marktanteil im Servicegeschäft der Autohäuser und Werkstätten sprechen. Erst Anfang 2016 hat Veedol dann erste zaghafte Schritte nach Österreich gemacht und kleinere Mengen geliefert. Veedol ist also seit diesem Jahr zurück im österreichischen Automarkt und auch hier möchten wir gerne an alte Erfolge anknüpfen.

Es freut mich daher sehr Ihnen heute mitteilen zu können, dass rechtzeitig zum Jahresende auch eine flächendeckende Versorgung der Autohäuser und Werkstätten in Österreich durch unseren neuen Vertriebspartner in Wien gewährleistet ist, mit dem wir uns schon im Januar gemeinsam auf der Messe Auto-Zum in Salzburg in Österreich der Öffentlichkeit präsentieren wollen. Der neue Partner ist: Eric Hahn, OMENTU GmbH, Wien. Bei der Firma Omentu handelt es sich um einen Schmierstoffspezialisten der sicherlich den Autohäusern und Werkstätten in Österreich als kompetenter Partner zur Seite stehen kann.

Welche Aktivitäten oder Dienstleistungen dürfen Ihre Kunden in naher Zukunft erwarten? Wie können Sie die Betriebe im täglichen Öl-Geschäft unterstützen?

Paukert, Liqui Moly: Wir haben alljährlich fixe, weil bewährte Verkaufsaktionen. Diese reichern wir mit weiteren Aktionen an. Die wichtigste Unterstützung, die wir im Öl-Geschäft bieten, ist die fachkundige Beratung durch unsere firmeneigene Außendienstmannschaft inklusive eines technischen Verkäufers. Eine gute, auf den Kunden zugeschnittene Beratung hilft diesem beispielsweise, seine Ölsortenvielfalt zu reduzieren: Auf diese Weise spart er Geld und Lagerkapazitäten. Unser Techniktelefon und der Ölwegweiser sind sehr nützliche und gefragte Tools. Im Arbeitsalltag unterstützen wir die Betriebe mit Lagerkonzepten wie dem Ölschrank, der Öltheke und vielen weiteren Bausteinen unseres Werkstattkonzepts. Ein noch sehr neuer Baustein ist Gear Tronic; ein komplettes Konzept für den professionellen Wechsel von Automatikgetriebeöl, das bereits sehr gut vom Markt angenommen wird.

Bolch, Petronas: Schmierstoffe haben nach wie vor eine hohe Bedeutung bei den Erlösen für Autohäuser und freie Werkstätten. Umso wichtiger ist es, auch den



**Thomas Paukert,
Liqui Moly**



**Franz Mauerhofer,
mapo**



**Hubert Huber,
Eurolub**



**Wolfgang Schneider,
Motorex**



**Gernot Wendl,
Shell (Haberkorn)**



Andreas Obereder

Endkunden zu sensibilisieren, wie wichtig die Qualität des Motoröls für sein Fahrzeug ist und hier sehen wir noch großes Potenzial, die Kommunikation zu verbessern. Wir werden unsere Marketingaktivitäten in vielerlei Hinsicht verstärken. Das reicht von klassischen Werbemaßnahmen über Infomaterial für Werkstattkunden bis hin zur „PETRONAS“ Partnerwerkstatt, die unseren kompletten Service genießen kann. Doch an dieser Stelle möchte ich dem größten und besten Sympathieträger von PETRONAS, dem Formel 1 Weltmeister 2016, Nico Rosberg, unseren Glückwunsch ausdrücken. Er ist der erste deutsche Fahrer in einem deutschen Team, dem dies gelungen ist und wir sind sehr stolz darauf, dass PETRONAS Schmierstoffe einen Beitrag dazu leisten konnten. Der Glückwunsch gilt auch dem gesamten Mercedes AMG Petronas F1 Team, das ja schon frühzeitig die Konstrukteurs-WM für sich entscheiden konnte. Das ist auch ein Meilenstein in der PETRONAS Erfolgsgeschichte.

Neubauer, Veedol: Bei all unseren Aktivitäten konzentrieren wir uns darauf die Wünsche unserer Partner zu erfüllen. Mit der langen und erfolgreichen Geschichte der Veedol die von der Erstbefüllung des ersten Serien-PKW Ford T-Model über das Space Shuttle Columbia bis in die Neuzeit reicht bieten wir unseren Partnern eine Marke die auch beim Endverbraucher noch einen hohen Bekanntheitsgrad hat und sich großer Beliebtheit erfreut.

Auch im Service wird der Wettbewerbsdruck für die Werkstätten immer höher und es wird für die Betriebe immer wichtiger sich als „Servicemarke“ von ihren Wettbewerbern abzuheben. Um die Betriebe in Ihrem Wunsch nach Einzigartigkeit zu unterstützen wird es Veedol-Produkte auch in Zukunft nicht in Bau- oder Supermärkten geben. In unseren heutigen digitalen Zeit ist es aber auch wichtig, dass ein erklärungsbedürftiges und auch immer komplexeres Produkt wie der Schmierstoff, der heute auch zu den Konstruktionselementen in einem Fahrzeug zählt, nicht auf den bekannten Internetplattformen veramscht wird. Aus diesem Grund distanziert sich Veedol mit Überzeugung von diesen Vermarktungskanälen.

Der Endverbraucher vertraut seinem KFZ-Meisterbetrieb auch in der Auswahl des richtigen Schmierstoffs. Wenn er aber diesen Schmierstoff für einen Bruchteil des Preisen in einem anderen Vertriebskanal findet wird dieses Vertrauen zerstört. Veedol gibt es daher nur im KFZ-Fachbetrieb!

Auch unsere Dienstleistungen unterstützen unsere Betriebe in ihren Markenbemühungen. Z.Zt. bieten wir Betrieben die sich dem immer stärker wachsenden Marktes des ATF-Ölwechsels ein Spülkonzept inkl. kostengünstigem Spülgerät das den Einstieg in diesen Markt erleichtert und die Servicekompetenz des Betriebes unterstreicht. Für 2017 planen wir auch in

Österreich einen Veedol-Werkstatttag bei dem die Arbeitsweise dieser Spülung vorgeführt wird.

Für Betriebe die sich auf den wachsenden Markt der Young- und Oldtimer spezialisieren bieten wir mit unseren neuen Classic-Ölen die richtigen Schmierstoffe.

Mauerhofer, mapo: In näherer Zukunft werden wir zwei neue Getriebeöle und fünf neue Motorenöle, sowie alle mapo Produkte im neuen Etikettendesign auf dem Markt bringen. Wir werden weiterhin unsere Produktpalette über Werkstätten, Tankstellen und den Fachhandel vermarkten. Die direkte Beratung durch unser Außendienstteam wird auch 2017 im Vordergrund stehen. Unsere Werkstätten-Partner werden durch Schulungen und Marketing-Maßnahmen unterstützt.

Schneider, Motorex: MOTOREX hat dieses Jahr Öle mit den neuesten Hersteller Freigaben von Volvo, Mercedes, BMW und Volkswagen, um nur einige zu nennen, auf den Markt gebracht. Und diese Entwicklung schreitet weiter voran. Zukünftig wird die CO2 Reduktion eine noch größere Rolle spielen. Um hier Grenzwerte einhalten zu können, wird verstärkt mit Leichtlaufölen gearbeitet, die sich durch sehr niedrige Viskositäten auszeichnen. Solche Öle können, wenn sie falsch eingesetzt werden, Schäden verursachen. Daher werden kompetente Beratung und Schulung in den Betrieben noch wichtiger werden. Aufgrund der steigenden Vielfalt werden sich die Anforderungen an die Logistik und Lagerhaltung verändern. MOTOREX Öle können schon heute, dank der perfekten Teilelogistik von Derendinger, in den exakt benötigten Mengen und Qualitäten auch mehrmals täglich zugestellt werden.

Obereder: Wir verstehen uns als Partner für das Autohaus und die Werkstatt. Ich gehe am liebsten langfristige Beziehungen ein, in denen man sich auch gemeinsam unterstützt wenn es nötig ist. Kurzfristige Einsparungen sind immer und überall möglich, aber ob diese auf nachhaltige Weise zielführend sind, wage ich zu bezweifeln. Wir bieten mit unseren Verkaufsprofis Branchenkenner, die eine maßgeschneiderte Unterstützung für jedes Unternehmen anbieten. Von beigestellten Geräten angefangen über Unternehmertage bei denen Experten die Entscheidungsträger unterstützen können bis hin zu emotionalen Events und Aktionen werden wir unseren Kunden Maßnahmen bieten, um sein Unternehmen auf der Erfolgsspur zu halten. Außerdem liefert unsere Logistik die Qualität, von denen andere nur reden. Diesen Ansatz werden wir in Zukunft auch noch weiter ausbauen, wo es um weit mehr als „nur“ den Schmierstoff gehen wird.

Kaspar, Lukoil: Durch spezielle Marketingprogramme und „einfache“ Zusammenarbeit mit unseren Partnern und Kunden werden wir uns vom Wettbewerb unterscheiden. Wir sind am Markt vertreten, direkt beim Kunden und wissen dementsprechend, welche



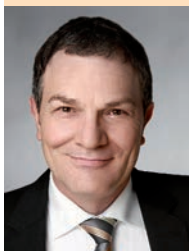
Peter Spatzierer,
Leikermoser



Armin Bolch,
Petronas



Manfred Köck,
Motul



Dietmar Neubauer,
Veedol

Anforderungen unsere Kunden an uns haben, natürlich aber auch deren Bedürfnisse. Hier zählt der offene Dialog. Gerade in Zeiten, wo der Informationsfluss gewaltig ist, konzentrieren wir uns von LUKOIL auf die Menschen, die unsere Produkte vertreiben, wie auch jene, die unserer Produkte verwenden. Es geht nicht mehr um Ölverkauf – es geht vielmehr um die emotionale Darstellung eines Produktes. Menschen werden durch Emotionen beeinflusst, hier sind wir sehr gut aufgestellt und für die Zukunft gerüstet. Nicht zuletzt haben wir einen großen Vorteil: ein eigenes Werk in Wien und aber auch ein sogenannten „back-up-Werk“ in Finnland. Heißt zusammengefasst: die Mobilität, die wir aufgrund unserer Produkte sicherstellen, ist durch die Versorgungskette in jedem Fall gegeben.

Köck, Motul: Angesichts unserer zahlreichen Produktneuentwicklungen und des steigenden Bedarfs nach High-Tech-Motorenölen sehen wir für unsere Partner weiterhin großes Potenzial am Markt. Schon heute bedienen wir bestehende und neue Fachhandelspartner mit attraktiven Finanzierungsangeboten sowie Marketing- und Verkaufsunterstützungsmaßnahmen. Hinzu kommen Dienstleistungen wie das nach wie vor einzigartige Umweltberatungs- und Entsorgungskonzept „Das Grüne Dach“ sowie unser innovativer Getriebeservice MotulEvo. Zur weiteren Professionalisierung bieten wir unseren Partnern neben technischem Support mehr denn je auch Prozessoptimierung und betriebswirtschaftliche Beratung an. Dazu zählen spezifische Business-Analysen sowie verschiedene Trainingsangebote für die Bereiche Service, Teile & Zubehör und generell zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. Mit diesem Motul „Autohaus-Mehrwertkonzept“ für eine noch stärker prozessbezogene und kaufmännische Optimierung werden wir Anfang 2017 an den Start gehen. Wir sehen darin hervorragende Chancen, unsere Partner nochmals stärker in ihrem täglichen Geschäft zu unterstützen und uns ein weiteres Alleinstellungsmerkmal zu erarbeiten.

Wolf, Castrol: Grundsätzlich ist die Bedeutung des Motoröls als Renditeperle in fast allen europäischen Märkten enorm. Bei uns in Österreich ist diese Rolle aufgrund einer gesunden Marktstruktur vielleicht sogar noch ausgeprägter – im Durchschnitt werden 60% des Ertrags im Aftersales Geschäft mit Schmierstoffen generiert. Wir als Castrol haben es uns zur Aufgabe gemacht unsere Geschäfts-Partner hierbei zu unterstützen. Die 3 wichtigsten hierbei Maßnahmen sind: 1. Herstellerempfehlung aufgrund von gemeinsamer Entwicklung: Die moderne Motorenentwicklung geht immer mehr zu kleineren Aggregaten mit hoher Leistung und damit höheren Drücken. Das Einzige, das den Kontakt von Metall auf Metall verhindert, ist ein dünner Ölfilm. Daher muss das Öl stark sein und lange stark bleiben. Castrol EDGE mit TITANIUM

FST™ verändert die physikalischen Eigenschaften von Öl unter extremem Druck. Es verdoppelt den Ölfilm von Castrol EDGE und reduziert die Reibung. Die 2. Maßnahme zur Unterstützung unserer Geschäfts-Partner heißt „Brand buliding“. Wir positionieren durch gezielte Endverbraucherwerbung und Sponsoring die Marke Castrol, um unsere Marken-Bekanntheit weiter auszubauen und somit unseren Partnern ein vom Kunden hoch geschätztes Produkt zur Verfügung stellen zu können.

Die 3. Maßnahme zur Unterstützung unserer Geschäfts-Partner bezieht sich auf unsere Umwelt: Castrol liefert mit modernster Produkt-Herstellung und Technologie einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der CO2 Ziele der Fahrzeughersteller und arbeitet ständig an weiteren Innovationen.

Huber, Eurolub: Weiterer Ausbau des Sortimentes, Hightech- und Classic-Produkte, Schnelle Lieferung, Moderner Internetauftritt, Oil-Finder mit Smartphone-App, Cross-Referenzliste, Aktiver Facebook-Auftritt, Vielfältiges Produktzubehör, Umfassendes POS-Paket für ihren Shop, Garantiert günstige Preise.

Spatzierer, Leikermoser: Das A&O bleibt immer noch die persönliche Beratung vor Ort - wenngleich gerne Einkaufsgruppen und Zwischenhändler vermehrt online agieren - so bleibt das Schmierstoffgeschäft weiterhin Vertrauenssache & persönliches Beziehungsgeschäft. Daher haben wir unsere Vertriebsmannschaft deutlich erweitert und sind offen für neue Expansion.

Schneider, Motorex: Unsere Kunden dürfen sich auf eine fundierte Beratung und konstant hohe Qualität verlassen. MOTOREX Öle werden auch in Zukunft über die Fachwerkstätten vertrieben, da nur diese eine immer wichtiger werdende Beratung sicherstellen. MOTOREX unterstützt ihre Partner mit einer Reihe von Kommunikations- und Werbemaßnahmen.

Katzengruber, Total: Wir werden in alter Tradition natürlich auf der Salzburger AutoZum vertreten sein wo wir hoffen, viele unserer Kunden sowie Interessenten begrüßen zu dürfen. Unsere Besucher können sich schon auf eine sportlich-abwechslungsreiche Aktivität am Messestand freuen. Von unserer Konzernzentrale wurde der erfolgreiche österreichische Weg des Direktvertriebs bestätigt – ebenso werden wir unsere Vertriebskanäle in bewährter Manier beibehalten, sprich: Unsere Kunden können sicher sein, Total- oder Elf-Produkte werden auch weiterhin nicht in Supermärkten oder dergleichen angeboten. Mit dieser Strategie wollen wir nachhaltig die Margen der Werkstätten sichern.

Reitinger, Fuchs: Um dem Kunden die richtige Auswahl an Schmierstoffen zu erleichtern, hat FUCHS einen umfangreichen benutzerfreundlichen „Oilfinder“ entwickelt und steht dieser jedem Kunden auf unserer Homepage zur Verfügung. In diesem Oilfin-

der sind nicht nur PKW und LKW sämtlicher Marken enthalten, sondern auch Baumaschinen, landwirtschaftliche Geräte und Zweiräder. Um dem Kunden unsere hochtechnischen Schmierstoffe näher zu bringen bieten wir verkaufsorientierte Schulungen für den Autoteilehandel und Werkstätten an. Diese Schulungen werden von unseren Kunden sehr gut angenommen und unterscheiden uns wir auch hier deutlich von unseren Marktbegleitern.

Wendl, Shell: Wir launchen gerade unseren neuen Online-Shop, der für unsere Kunden und Interessenten viele neue Funktionen bringt und im neuen Design glänzt. Die Plattform bietet vor allem auch umfassende Produktinformationen inklusive Datenblätter, Freigaben und technische Daten. Unsere registrierten Kunden haben dort die Möglichkeit, rund um die Uhr zu bestellen und dabei live über ihre individuellen Preise, die Warenverfügbarkeit und die voraussichtliche Lieferzeit informiert zu werden.

Welche neuen Spezifikationen und vor allem Viskositäten kommen aktuell bzw. in naher Zukunft auf den Markt und wie werden diese das Geschäft und die Handhabung für die Betriebe verändern?

Wolf, Castrol: In den letzten zehn Jahren hat sich die Motorentechnologie wesentlich weiterentwickelt. Der Motordruck bei Fahrzeugen hat sich fast verdoppelt. Castrol entwickelte parallel dazu das passende Öl - Castrol EDGE Professional Titanium FST, unser stärkstes Motorenöl. Viele unserer Produkte werden von führenden Automobil-Herstellern empfohlen und mit ihnen gemeinsam entwickelt. Zukünftig werden die Motorenöle noch dünnflüssiger, um die CO2-Anforderungen zu erreichen.

Wendl, Shell: Die Zahl der kraftstoffsparenden Produkte wird in Zukunft weiter zunehmen und neue Werksspezifikationen verschiedener Automobilhersteller werden die hierfür notwendige Ölvelfalt zusätzlich erhöhen. Shell ist führend bei der Entwicklung energieeffizienter Schmierstoffe in Zusammenarbeit mit den OEMs und hat beispielsweise mit Nissan ein Motoröl der aktuell niedrigsten möglichen Viskositätslage SAE 0W-8 für die neue Generation von Klein-Pkw entwickelt.

Obereder: Durch die neuen Freigaben bei einigen Herstellern wird sich natürlich am Markt sehr viel ändern. Wir haben hier mit unserem Premium-Partner Castrol natürlich einen großen Vorteil in Sachen Qualität an der Hand.

Köck, Motul: Schmierstoffe sind bereits heute ein integraler Bestandteil der Motorenkonstruktion. Das Motorenöl muss in modernen Downsizing- bzw. Rightsizing-Motoren mit entsprechender Abgasnachbehandlung, reduzierter Ölkapazität, flexiblen Wartungskonzepten und unter extremen Betriebsbedingungen deutlich mehr leisten als vor 20 bis 30 Jahren. Insofern werden heute überwiegend synthetische Mo-

torenöle eingesetzt. Bereits im April 2013 wurde der Viskositätsgrad SAE 16 offiziell gültig und so ist seither auch ein Motorenöl mit der Viskositätsklasse SAE 0W16 möglich. Verwendet wird dieses bereits von einigen japanischen Herstellern, wie Honda, Mitsubishi, Toyota oder Nissan. Seit Januar 2015 sind zwei neue Ultraleichtlaufviskositätsgrade SAE 12 und SAE 8 Bestandteil der SAE J300. Diese ermöglichen den Einsatz von Motorenölen in den Viskositätsklassen SAE 0W12 oder 0W8. Das verdeutlicht ganz klar den Trend hin zu immer niedrigeren Viskositäten. So suchen Fahrzeughersteller nach jedem Gramm CO₂-Einsparungspotential und setzen damit verstärkt auf Technologien, die den Einsatz solcher niedrigviskosen Schmierstoffe überhaupt erst möglich machen. Da jeder Fahrzeughersteller seine eigenen Entwicklungsziele verfolgt, kommt es zwangsläufig zu einer Vielzahl an Spezialschmierstoffen. Damit wird es auch immer schwieriger, Produkte zu entwickeln, die in den freien Werkstätten oder bei Mehrmarkenhändlern sozusagen universell eingesetzt werden können. So gibt es bereits heute mindestens vier unterschiedliche Motorenöle mit neuen Freigaben für die Hersteller Jaguar Land Rover (STJLR.51.5122), Volvo (VCC RBS0-2AE), BMW (Longlife-14 FE+) und den Volkswagen Konzern (VW 508 00 – 509 00), die zwar alle die gleiche Viskositätsklasse SAE 0W20 besitzen, jedoch nur herstellerspezifisch gemäß Freigabe verwendet werden dürfen. Die Freigabe des Herstellers ist jedoch das einzig und allein entscheidende Kriterium für die Verwendung des Schmierstoffs. Diesen Bereich decken wir über die Produkte aus unserer SPECIFIC-Line ab, die aktuell um vier neue Produkte erweitert wurde. Eine weitere Herausforderung liegt im Service Markt bei den Werkstätten selbst. Hier gilt es, die entsprechende Aufmerksamkeit für diese Zielgruppe und das dafür notwendige Verständnis zu entwickeln. Das ist insofern eine große Aufgabe, als dass Schmierstoffe im Betriebsalltag eines Fahrzeuges nicht wahrgenommen werden und ihnen deshalb nicht die notwendige Aufmerksamkeit zukommt. Zudem wird die notwendige Lagerhaltung immer aufwändiger.

Reiting, Fuchs: Unser Produkt FUCHS TITAN EVO GT 1 0W-20 war weltweit das erste Motorenöl mit der BMW Freigabe Longlife FE14+ und somit der Start der niederviskosen Öle. Durch immer schärfere Abgas- und Verbrauchsnormen, sowie neuer Motorentechnologie wird dieser Weg mit Motorenölen der Viskositätsklassen 0W-16 fortgesetzt. Die Entwicklung eines 0W-12, 0W-8 oder 0W-4 Motoröls ist schon längst in aller Munde und wird nicht mehr allzu lange auf sich warten lassen. Die neue ACEA Norm C5 wird voraussichtlich Ende 2017 erwartet. Das bedeutet für Betriebe, die ihren Kunden das entsprechende Motorenöl mit den geforderten Freigaben anbieten wollen, sich den richtigen Schmierstoff Partner, der über diese Freigaben verfügt, zu suchen.

FUCHS ist hier genau der richtige zukunftsorientierte und global agierende Schmierstoffhersteller, der weltweit über 400 Mitarbeiter im Bereich Forschung und Entwicklung beschäftigt

Neubauer, Veedol: 2016 war ein Jahr der „Produktoffensive“ für Veedol. Nach Einführung unseres Sintron J 0W16 für japanische Hybridmotoren über Sintron B 0W30 für BMW-PKWs die ein Produkt nach BMW Longlife 12 FE Norm benötigen haben wir gerade auch mit Sintron Longlife IV 0W20 ein Produkt für moderne VW-Motoren nach der Norm VW 508 00 / 509 00 eingeführt. Insgesamt haben wir unser Produktprogramm um ca. 40 neue Produkte aus dem Bereich Motoren-, Getriebeöl und ATF bis hin zu Klimaanlageölen erweitert und den Anforderungen der verschiedenen Fahrzeughersteller gerecht zu werden. Künftig wird die Wahl des richtigen Öls noch komplizierter und selbst in den Autohäusern müssen die Mitarbeiter genau gucken, was sie einfüllen. Heute ist Öl ein Konstruktionselement im Fahrzeug. Wir haben jetzt schon eine hohe Vielfalt an Ölen, und das wird künftig noch zunehmen. Zum einen gibt es bei vielen Herstellern wieder den Trend zur Trennung nach Otto- und Dieselmotorenölen. Zum anderen sehen wir bei fast allen Herstellern den Trend zu immer hochwertigeren synthetischen Motorenölen auf Basis von Polyalphaolefinen (PAO) oder Estern. Getrieben ist dieser Trend natürlich von der Suche nach weiteren Einsparungspotentialen beim Kraftstoffverbrauch und damit der Emissionssenkung was uns erwarten lässt, dass wir in naher Zukunft auch Schmierstoffe der SAE Klasse bis 0W-8 sehen werden. Erste Experten sprechen schon von Viskositäten die vorne ein Minus tragen (z.B.: -XW-8). Diese neuen Motorenöle werden zu großen Teilen nicht abwärtskompatibel sein. Hier müssen sich Betriebe auf einen höheren Grad der Komplexität und damit der Lagerhaltung einstellen. Für freie Betriebe ist dies natürlich eine besondere Herausforderung die schon heute auf sie zukommt und sich in den nächsten 2-3 Jahren noch verstärken wird. Unsere Kundenberater stehen hier den Betrieben mit individuellen, bedarfsgerechten Lösungsvorschlägen zur Seite.

Mauerhofer, mapo: Unsere fünf neuen Carbon-Produkte, in den zwei Viskositäten SAE 0W/20 und SAE 0W/30. Diese neuen Motorenöle sollten genau nach Herstellervorschrift eingesetzt werden. Außerdem werden zwei neue Schaltgetriebeöle mit der Viskosität SAE 75W/80 und SAE 75W/90; API GL 4+ auf den Markt kommen. Diese neuen Produkte haben auch für die Werkstätten einige Vorteile, da diese nicht so einfach über die Internetplattformen erhältlich sind.

Spatzierer, Leikermoser: Die neuen Fuel Efficiency Öle der Viskositäten 0W-20 und 0W-16 sind bereits freigegeben und verfügbar und werden Schritt für Schritt die meist verbreiteten 5W-30 Öle ablösen.

Dies ist eine Chance für die Werkstätten die rapid erodierende Marge in diesem Segment wieder zurückzugewinnen, da ansonsten dieser wichtige Rentabilitätsposten nachhaltig die Werkstättenszene in die Abhängigkeit der Importeure treibt. Jedoch zeigen bereits erste Indikationen, dass die Branche weiter auf der Welle Geiz ist Geil reitet und sich damit die Grundlage für den finanziell sinnvollen Ertrag durch Aktionismus gegenseitig ruiniert. Daher ist die oben genannte Beratung und die Spannenberechnung ein elementarer Teil im Schmierstoffvertrieb. In der Handhabung muss auf die Eignung der oftmals kostenoptimierten Abgabegeräte - Stichwort Eichamt & Handdurchlaufzähler - geachtet werden um nicht böse Überraschungen zu erleben. Hier wird oft am falschen Ende gespart und mit Unwissenheit leichtfertig umgegangen.

Paukert, Liqui Moly: Die SAE - Klassen 8 und 12 wurden Anfang vergangenen Jahres neu in die SAE-Klassifikation aufgenommen und werden irgendwann wahrscheinlich auch als 0W-8 und 0W-12 ihre Verwendung finden. Aktuell gibt es aber keinen Automobilhersteller, der diese Anforderungen weder für ein Hybrid-Fahrzeug noch für eine andere Motorisierung fordert oder empfiehlt. Aktueller Stand ist, dass die Viskosität 0W-20 von einigen OEMs, überwiegend aus Asien und Amerika, bereits vorgeschrieben wird. Europäische Hersteller wie VW haben ebenfalls damit angefangen, BMW und Mercedes werden in ähnlicher Weise in naher Zukunft folgen. Die nächst niedrige SAE-Klasse 0W-16 ist zurzeit im Versuchsstadium in einigen der neuesten japanischen Motorengenerationen, zu den natürlich auch die Hybridfahrzeuge zählen. Für 0W-8 und 0W-12 gibt es noch keine offizielle Formulierungen und auch keine Spezifikationsangaben. Vermutlich in ungefähr zehn Jahren werden Viskositäten von 12 und 8 an der Tagesordnung sein. Grundsätzlich geht der Trend hinsichtlich der Viskosität eindeutig in Richtung niedrigviskose, dünnflüssige Motorenöle, um eine möglichst hohe Kraftstoffersparnis zu bewirken. Dünnere Öle erfordern weniger Energie, beispielsweise für den Anlasser und sie sind hohen Drehzahlen beim Startvorgang besser gewachsen. Um neue Technologien wie Downsizing, Turboaufladung, Direkteinspritzung auch bei Benzinmotoren und alternative Kraftstoffe können die Fahrzeughersteller und so auch die Ölentwickler keinen Bogen machen – anders lassen sich CO₂-Limits nicht einhalten. Ein Paradebeispiel ist der Ford EcoBoostmotor. Da bei der Motorenentwicklung die Hybridfahrzeuge forciert werden, ist es auch sehr wahrscheinlich, dass in einigen Jahren diese neuen Motoren auch diese neuen Viskositätsklassen benötigen. Aber aktuell gibt es keine Motorenölspezifikation in der diese gefordert sind.

Jede technologische Neuerung hat ihre eigenen Besonderheiten und ganz spezielle Anforderungen an

den Schmierstoff:

- Downsizing bedeutet weniger Ölvolumen, höhere Umlaufgeschwindigkeiten und hohe Druckbelastungen.
- Turboaufladung: Sie fördert die Bildung von Ablagerungen und führt zu deutlich höheren Temperaturbelastungen.
- Direkteinspritzung bei Benzinmotoren: Der Kraftstoff wird verdünnt, es bilden sich Partikel und der Verschleiß der Kolben steigt.
- Alternative Kraftstoffe: Oxidation, Korrosion durch Säurebildung und Nitration werden verstärkt.
- Niedrigere Viskositäten: Die Schmieraufgabe verlagert sich vom Grundöl zur Additivzusammenstellung. Vor dem Hintergrund der Sortenzunahme wird eine maßgeschneiderte Fachberatung immer wichtiger.

Bolch, Petronas: In den kommenden Jahren werden die Viskositätsklassen neu definiert. Die Öle werden viel dünner werden, um künftigen Abgasnormen gerecht zu werden. Damit dennoch ein konstanter Schmierfilm im Motor gewährleistet werden kann, muss der Anteil an Additiven erhöht werden. Das heißt, dass die Öle komplexer werden und die Entwicklung eng mit den Herstellern zusammenarbeitet, um für die einzelnen Motorreihen die beste Einsatzperformance zu gewährleisten. Kfz-Betriebe werden in Zukunft ein größeres Augenmerk darauflegen müssen, welches Öl sie für welchen Motor verwenden können.

Katzengruber, Total: Total wird ab Jänner 2017 ein Motoröl mit der Viskosität 0W-16 am Markt haben. Wir reagieren hier vor allem auf die Anforderungen aus dem japanischen Markt. Weiters ist für Mitte 2017 die Markteinführung eines Motoröls mit der Viskosität 0W-12 geplant. Eines ist gewiss: leichter wird es in Zukunft nicht. Auch jene Betriebe, welche nur eine Automarke vertreten, werden höchstwahrscheinlich mehrere Sorten Motoröl benötigen.

Kaspar, Lukoil: Alle OEMs stehen unter Druck und müssen den Kraftstoffverbrauch reduzieren. Diese wird neben konstruktiven Maßnahmen auch maßgeblich durch moderne Leichtlauföle und kontinuierliche Viskositätsabsenkung erreicht. SAE 5W-30 und SAE 0W-30 gehören mittlerweile zum Mainstream. Derzeit laufen vermehrt Modelle vom Band, welche bereits mit SAE 0W-20 befüllt sind und diese Qualität in weiterer Folge auch im Service benötigen. Eine weitere Absenkung auf SAE 0W-16 ist längst in Entwicklung und die Markteinführung absehbar. Für Werkstätten ergibt sich speziell mit den extrem dünnen Ölen mehr Komplexität, da diese Produkte meist nicht flächendeckend eingesetzt werden dürfen, da sie für ältere Motorengenerationen nicht rückwärtskompatibel und somit nicht zugelassen sind.

Bei welchen Automobil-Marken ist Ihr Unternehmen bzw. Ihre Marke Erstausrüster und für welche

Auto-Marken produzieren Sie Serviceöle? Bei welchen Automobilimporteuren wird dieses Öl über deren Ersatzteilerbereich geliefert bzw. als Bestandteil des Ersatzteilerbonus abgerechnet?

Katzengruber, Total: Wir arbeiten seit Jahrzehnten bei der technischen Entwicklung mit Renault, Peugeot und Citroen sowie Nissan eng zusammen. Für General Motors (Opel), Mazda, RTO und Claas produziert TOTAL die Original-Öle. Mit Kia Europe wurde ein fünfjähriger Kooperations-Vertrag abgeschlossen, welcher uns auch in Österreich eine intensivere Möglichkeit zur Zusammenarbeit mit dem Kia-Händlern ermöglicht. Im Zweirad-Bereich sind wir stolz, mit Kawasaki eine Partnerschaft zu haben. Basierend auf unseren Erfahrungen im Motorsport haben wir in Zusammenarbeit mit Aston Martin spezielle Produkte entwickelt, welche die hohen Anforderungen im Luxussegment ebenfalls erfüllen.

Kaspar, Lukoil: Grundsätzlich sind wir weltweit bei sehr vielen Marken Erstausrüster. Hier namentlich einige zu nennen, ist nicht unser Stil, da wir für ALLE OEM's zur Verfügung stehen und hier keine Abstufungen machen wollen. Wir haben für jeden Motor den richtigen Schmierstoff. Wir sind aber selbstverständlich, gerade in den europäischen Werken für die Zukunft gerüstet. Nicht zuletzt sind wir deswegen seit dem Vorjahr nach dem Auditschema VDA 6.3 zertifiziert – wir versprechen nicht nur Qualität, wir leben diese auch!

Schneider, Motorex: Als Hersteller von Qualitätsschmierstoffen pflegt MOTOREX Kontakte zu allen namhaften Marken und entwickelt Öle, welche deren Freigaben und Zulassungen erhalten.

Köck, Motul: Unsere Kooperationspartner in Deutschland sind vor allem Subaru, Suzuki, Brabus und Nissan Nismo. Da wir darüber hinaus über nahezu allen bestehenden und aktuellen Herstellerfreigaben verfügen, arbeiten wir selbstverständlich auch mit allen anderen Automobilherstellern zusammen. Zudem kooperieren wir mit verschiedenen Einkaufsgemeinschaften führender Automobilhersteller.

Reitinger, Fuchs: Es gibt kein Deutsches Fahrzeug, das nicht mit mindestens einem Schmierstoff von FUCHS unterwegs ist. Als bester Schmierstofflieferant gewannen wir in den letzten Jahren u.a. den VW und den Daimler Benz Award und darauf sind wir sehr stolz! Erstausrüster und Premiümlieferant im OEM Bereich ist FUCHS bei VW, Mercedes Benz, BMW um nur einige der bekanntesten Marken zu nennen. Serviceöle für zahlreiche namhafte Fahrzeughersteller werden weltweit in unseren 31 Werken produziert und abgefüllt. Noch zu erwähnen sind verschiedenste Industriebetriebe welche als Zulieferer der Automobilindustrie agieren. Auch hier ist FUCHS der Spezialist und beliefert beispielsweise Stoßdämpfer-, Achsen-, Bremsen-, Getriebe-, Schiebedachhersteller usw. Automobilimporteure verfolgen eine ei-

gene Bonusstrategie um ihre Vertragswerkstätten an sich zu binden. FUCHS ist daher der Ansicht, dass der direkte Ölvertrieb an die Markenwerkstätten deutlich zurückgehen wird. Im Aftersales Bereich forcieren wir daher den Vertrieb in den freien Werkstätten und im Autoteilehandel.

Wendl, Shell: Shell pflegt als global größter Schmierstofflieferant intensive Beziehungen zu sämtlichen Automobilherstellern. Unsere Shell-Helix-Professional-Produktlinie beinhaltet eine Vielzahl von Motorölen, die speziell auf die Anforderungen einzelner Pkw-Hersteller ausgelegt sind. Darüber hinaus produziert Shell das BMW-Originalöl inklusive Shell Pure-Plus Technology und wird von Ferrari, Maserati und Hyundai als Serviceöl empfohlen.

Paukert, Liqui Moly: Wenn es das Thema First-Fill betrifft, darin ist LIQUI MOLY nicht tätig. Ansonsten verfügen wir über alle namentlichen Freigaben, welche die Hersteller aktuell fordern. Darüber hinaus bedienen wir alle Fahrzeugmarken. Der Gesetzgeber untersagt u.a. beim Motorenöl eine Zwangsbindung des Herstellers an seine Händler. Und weil einige Hersteller entsprechende Bonusprogramme für ihre Händler nicht mehr anbieten, orientieren sich Autohäuser wieder freier auf dem Schmierstoffmarkt. Das eröffnet uns zunehmend Potenzial.

Neubauer, Veedol: In der Vergangenheit hat Veedol mit einer Vielzahl von OEM und auch Importeuren zusammengearbeitet. Da die „neue“ Veedol aber noch sehr jung ist und in Österreich gerade mal startet kann hier noch kein Importeur genannt werden. Dies schließt aber nicht aus, dass sich dies in der Zukunft ändert. Veedol zumindest ist Willens und auch in der Lage in Zukunft Partner für OEM und Importeure zu sein. Eine erste Partnerschaft sind wir in 2016 mit dem bekannten Fahrzeugveredler Carlsson eingegangen. In Japan ist Veedol im Rahmen eines Joint-Ventures mit Nippon Oil (größter japanischer Schmierstoffanbieter) bereits Werkspartner auch im First-Fill bei z.B. Honda.

Wolf, Castrol: Castrol arbeitet in verschiedenen Bereichen eng mit unterschiedlichen Marken der Automobil-Industrie zusammen, sowohl im Motorenöl-, als auch im Getriebeölbereich.

Huber, Eurolub: Wir sind kein Erstausrüsterlieferant. Unsere Kunden sind in der Regel freie Mehrmarkenwerkstätten, die über den KFZ-Teile-Fachgroßhandel und/oder Mineralölhandel unsere Eurolub Markenprodukte geliefert bekommen.

Mauerhofer, mapo: Seit vielen Jahren produzieren wir für namhafte Fahrzeug- und Maschinenhersteller Original-Schmierstoffe, mit eigenem Logo bzw. Gebinde.

Bolch, Petronas: Wir arbeiten weltweit mit einer Vielzahl von OEMs zusammen, beispielsweise mit der Fiat-Gruppe, Mercedes Benz, Mitsubishi und Iveco, um nur einige zu nennen. Hier sind wir auch die erste Empfehlung für die Vertragswerkstätten.