



Verkaufsförderung für Schmierstoffe



Erwin Wagner Marketingagentur für die Automobilwirtschaft

Niedernhart 1 a • 94113 Tiefenbach • Tel. 0049 (0)8546 9758150 • Fax 0049 (0)8546 9758151 • info@mdw-wagner.de • www.mdw-wagner.de

Inhalt

- 1 Ertragsperle Ölgeschäft**
- 2 Mitnahme- und Nachfüllöl**
- 3 Qualität und Ölverbrauch**
- 4 Fragen und Antworten zum Thema Motoröl**
- 5 E-Auto und Schmierstoffe**
- 6 Zusätzliche Additive fürs Motoröl**
- 7 Sonderfall Zahnriemen im Ölbad**
- 8 Die Motoröl-Erfolgsrechnung**
- 9 Fazit**

Das darf der Hersteller verlangen

Kann der Fahrzeughersteller für seine Fahrzeuge die Verwendung seiner eigenen Schmierstoffe und anderer Flüssigkeiten oder der Schmierstoffe eines bestimmten Schmierstoffproduzenten verlangen?

Nein, außer wenn der Fahrzeughersteller für die Produkte bezahlt (z. B. kostenloser Kundendienst, Rückrufaktionen).

Kann der Fahrzeughersteller für seine Fahrzeuge die Verwendung seiner eigenen Schmierstoffe und anderer Flüssigkeiten oder der Schmierstoffe eines bestimmten Schmierstoffproduzenten empfehlen?

Ja, einfache Empfehlungen sind zulässig, aber sie dürfen nicht vorgeschrieben werden. Der Fahrzeughersteller kann nur eine Mindestqualität und Leistungsniveaus (API, ACEA, Hersteller-Standard) auferlegen.

Wird die Garantie ungültig bzw. erlischt die gesetzliche Gewährleistung, wenn die Empfehlung des Fahrzeugherstellers nicht befolgt wird?

Nein, der Fahrzeughersteller kann seine Garantie nicht zurückziehen bzw. die gesetzliche Gewährleistung ausschließen, wenn verwendbare Schmierstoffe und andere Betriebsstoffe den Anforderungen des Fahrzeugherstellers in Bezug auf Qualität und technische Leistung entsprechen.

Können Kunden einen Schmierstoff ihrer Wahl wählen, so lange er den Spezifikationen des Fahrzeugherstellers entspricht?

Ja, es steht ihnen frei, ihre gewünschte Marke zu wählen, so lange diese den technischen Anforderungen des Fahrzeugherstellers entspricht.

Was ist mit Wartungspaketangeboten mit fixem Preis, die Schmierstoffe enthalten, zu deren Handhabung ich aufgefordert werde?

Der Fahrzeughersteller darf nicht den Verkaufspreis diktieren. Er würde gegen das europäische Wettbewerbsrecht verstoßen. Außerdem würden Wartungspaketangebote, die spezifische Schmierstoffe beinhalten und Sie davon abhalten, konkurrierende Produkte zu kaufen, als Wettbewerbsverbot ausgelegt werden.

Quelle: AUTOHAUS

Das richtige Öl fürs Auto



Lagerhaltung für unterschiedliche Motorenöle zur „zeitwert-gerechten“ Bedienung auch älterer Fahrzeuge.

Quelle: Exxon/MOBIL

Motoröl – wer macht das Geschäft?



Ort des Ölwechsels

Wer hat den letzten Ölwechsel durchgeführt?



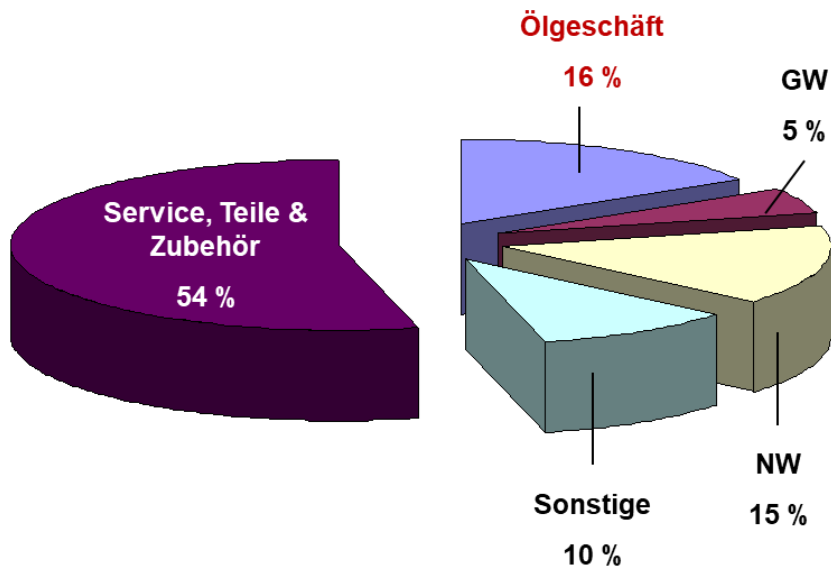
Für den Ölwechsel fahren 45 Prozent der Fahrzeughalter zu freien Werkstätten. Nur sieben Prozent favorisieren Fachmärkte wie ATU und Pit-Stop.



Ertragsperle Ölgeschäft

Das Schmierstoffgeschäft ist ein wesentlicher Ertragsbaustein im Aftersalesgeschäft, es verdient die größte Aufmerksamkeit.

Durchschnittliche Bruttoerträge* im markengebundenen Autohaus



* Erfahrungswerte Ergebnisrechnungen aus Marken-Autohäusern

Kennzahl:

Pro Fahrzeug aus Ihrem Kundenstamm liegt der Schmierstoffbedarf pro Jahr bei 5 Liter.

Formel:

Anzahl Stammkunden x 5 Lt.
= Ziel -Schmierstoffabsatz

Zusammenfassung: Tipps für das Ölgeschäft im Autohaus

a) Die erfolgreiche Vermarktung von Schmierstoffen ist Chefsache! Engagierte und fachkundige Mitarbeiter/Innen verkaufen die Vorzüge moderner Motorenöle wie z. B.:

- Herstellerempfehlungen und technische Notwendigkeiten, z. B. Rußpartikelfilter-Öl.
- Sicherheit, lange Motorlebensdauer, Verschleißschutz, besserer Wiederverkaufswert.
- Spritersparnis, . . . „es spart mehr als es kostet.“
- Umweltfreundliche Aspekte wie z. B. weniger Emissionen, umweltgerechte Entsorgung des Altöls.

b) Die Ertragskraft der Schmierstoffe muss noch verkaufsaktiver ausgeschöpft werden. Dabei gilt es, als besonderen Kundennutzen herauszustellen:

- Den regulären Ölwechsel im richtigen Intervall.
- Den Zwischenölwechsel zwischen den Inspektionsintervallen – mindestens einmal pro Jahr sollte das Öl gewechselt werden.
- Den Ölwechsel je nach erschwerten Fahrbedingungen. Wer nur Kurzstrecken fährt, dem empfehlen die Kfz-Hersteller (siehe Bedienungsanleitungen) teilweise eine Halbierung des Ölwechselintervalls.
- Den Ölwechsel kurz nach Erwerb des Neuwagens und die frühzeitige Umstellung auf spritsparende Ölsorten.
- Das Nachfüllgeschäft! In jedem zweiten Auto fehlt mindestens ½ Liter Öl.

- Die Mitnahmereserven! Sie eignen sich vor allem für die Urlaubszeiten oder Geschäftsreisen. Das Angebot für „Nachfüllöl im Kofferraum“ ist sinnvoll, weil nutzenstiftend. Wenn wir heute von Service-Intervallen von 30.000 km oder mehr sprechen, ist die ständige Ölkontrolle mehr als zeitgemäß, ebenso das richtige Reserveöl im Kofferraum.

c) Das Öl über die Nutzenqualitäten für die Kunden verkaufen!

- Synthetiköle führen zur Spritersparnis. Das setzt aktives Beraten des Kunden in der Dialogannahme voraus.
- Zeigen Sie den Kunden die Vorteile eines Top-Synthetiköls auf und die damit verbundenen, besonderen Möglichkeiten zur Spritersparnis.

d) Ölflagge zeigen!

- Häufig wird das „Renditejuwel“ Öl versteckt. Gold kauft man beim Juwelier und der zeigt, was er hat, die Konsequenz: Schaffen Sie eine Öl-Identity für Ihr Hochleistungsmotorenöl durch gezielte Werbung.
- Sorgen Sie dafür, dass die Aufkleber bzw. Anhänger, auf denen der Zeitpunkt des letzten Ölwechsels bzw. der km-Stand eingetragen ist, gut sichtbar sind. Der Blick auf den „Ölwechselanhänger“ gibt später die richtige Beratungsstrategie vor. Sind bereits 2/3 des Ölwechselintervalls festzustellen und macht die Nachfüllmenge z. B. einen Liter aus, so kann eine solide Beratung nur einen vorgezogenen Ölwechsel offerieren.

Zusammenfassung: Tipps für das Ölgeschäft im Autohaus

e) Die Automobilhersteller und -importeure empfehlen für die Motoren Hochleistungs-Motoröle!

- Setzen Sie diese Aussagen aktiv im Verkaufsgespräch in der Dialogannahme ein, sprechen Sie mit den Kunden über diese Vorschriften.

f) Hochleistungsqualität bei der Rechnungserklärung „verkaufen“!

- „4,5 l Synthetiköl inkl. gesetzlich vorgeschriebener, umweltgerechter Altölsorgung“, so lautet die Kundennutzen bezogene Argumentation.
- Bieten Sie jedem Kunden, der Öle über den Tresen kauft, die Rücknahme des Altöls an. Je nach Kaufmenge sollte man einen Schnellölwechsel als Komplettpaket zum Fixpreis offerieren. Wer gar einen Ölfilter kauft, sollte sofort ein Komplettpreisangebot für den Ölwechsel in der Werkstatt erhalten.

g) Richten Sie einen überfabrikatlichen „Ölschnelldienst“ ein! Als Leistungspaket kann dieser um:

- den Ölwechsel mit kleiner Serviceinspektion (Oil & More!),
- die Sichtkontrolle (Sicherheits-Check) des Fahrzeugs erweitert werden.

h) Alternativangebote für preisbewusste Kunden mit älteren Fahrzeugen!

- Lieber ein günstiges Mineralöl eingefüllt, als den Kunden verlieren. Es ist schon OK, wenn die Besitzer/Innen von Autos in den Segmenten II und III ein preiswertes Produkt haben möchten. Ihre Service-Verkäufer/Innen sollten hier aktiv vorgehen und die Alternativmethode verwenden: „Sie können den Ölwechsel mit dem Produkt „XY“ durchführen, das kostet XZ €, für nur ZZ € mehr bekommen Sie z. B. das Produkt „XXXL“, damit sparen Sie am Ende viel mehr als der komplette Ölwechsel kostet, weil es bis zu 5 % Sprit spart.“

i) Schaffen Sie ein attraktives Mitnahme- und Nachfüllangebot!

- Sprechen Sie Kunden in der Dialogannahme direkt auf die Notwendigkeit an.
- Präsentieren Sie die Ware verkaufsfördernd in der Dialogannahme, inkl. der sicheren Aufbewahrungstaschen.
- Organisieren Sie auch eine Zweitpräsentation an der Kasse und/oder in der Kundenzone.

j) Ermitteln Sie ein attraktives Mitnahme- und Nachfüllangebot!

- Planen Sie die Absatzmenge des Folgejahres als festen Bestandteil in Ihr Budget ein.
- Kontrollieren Sie regelmäßig Ihr Ölgeschäft.
- Schreiben Sie interne Wettbewerbe mit attraktiven Prämien für Ihre Mitarbeiter/Innen für den Verkauf von Nachfüll- und Mitnahmeöl aus.

Warum ist der Verkauf von Mitnahme- und Nachfüll-Öl scheinbar so wichtig?

- Viele Serviceberater/Innen können den Kundennutzen für höherwertige und damit margenträchtige Synthetikschrmerstoffe nicht formulieren.
- Viele Serviceberater/Innen sprechen das Thema „Öl“ bei der Auftragseröffnung in der Dialogannahme erst gar nicht an.
- Manche Serviceberater/Innen „solidarisieren“ sich mit den Kunden und raten lieber zur billigeren Sorte (mit weniger Ertrag), als dass Sie sich z. B. für ein hochwertiges Syntheseprodukt einsetzen und den einzigartigen Kundennutzen, z. B. die Spritspareigenschaften, entsprechend hervorheben.
- Die Präsentation der Mitnahme-Ölgebinde ist meist unzureichend, nur in ganz wenigen Fällen wird die Reserve-Öldose direkt in der Dialogannahme präsentiert.
- Bei Werkstattdurchgängen ohne Inspektion und ohne Ölwechselauftrag wird nicht generell und automatisch der Ölstand kontrolliert (z. B. beim Vorab-Check in der Dialogannahme) und die entsprechende Nachfüllmenge verkauft.
- Den Rechnungen werden keine Folder beigelegt, um speziell auf die besondere Ölqualität mit dem herausragenden Kundennutzen hinzuweisen und den Kunden entsprechend zu informieren.
- Viele Serviceberater/Innen wissen nicht, wie Sie das Produkt anbieten können; sie wollen den Kunden nicht „über den Tisch“ ziehen.

Das Umsatzpotenzial für Nachfüll-Öl

Testen Sie Ihr Öl-Nachfüllvolumen* im Autohaus: Die Rechenschritte	Muster-Autohaus	Ihr Betrieb
1. Tägliche Werkstattdurchgänge je SB**	12	
2. Abzüglich Fahrzeuge mit Inspektions- oder Ölwechselauftrag	8	
3. Bleiben übrig	4	
4. Davon sind ca. die Hälfte „Ölnachfüllkandidaten“***	2	
5. Diese „Nachfüllkandidaten“ pro Tag multipliziert mit 250 Arbeitstagen, macht	500	
6. Wenn bei jedem dieser Fahrzeuge nur ½ Liter Öl nachgefüllt wird, ergibt das p. a. einen Ölmehrverkauf in Höhe von	250 Liter	
Diese Litermenge multipliziert mit Ihrem Preis (z. B. 17,50 €) ergibt einen Mehrumsatz von	4.375,- €	

* Nachfüll-Öl ohne Mitnahmeöl

** gerechnet für je eine/n Serviceberater/In

*** nach einer aktuellen Erhebung fehlen in jedem 2. Auto mindestens 0,5 Liter Motoröl

Das Umsatzpotenzial für Nachfüll-Öl

Ihre „Öl-Erfolgsrechnung“ : Zusätzliches Potenzial durch das Mitnahmekonzept	Ihr Betrieb
1. Tägliche Werkstattdurchgänge	Stck.
2. Davon Fahrzeuge mit Inspektions- oder Ölwechselauftrag	Stck.
3. Davon sind „Mitnahmeöl-Kandidaten“ (ca. 20 %)	Stck.
4. Diese Fahrzeuge (siehe 3.) pro Tag multipliziert mit 250 Arbeitstagen ergeben	Ltr.
5. Diese Litermenge multipliziert mit dem Verkaufspreis des Produkts ergibt Umsatz	€

Berechnen Sie individuell für Ihr Autohaus das zusätzliche Potenzial durch das Nachfüll- und Mitnahme-Öl-Konzept

Zusätzliches Potenzial durch aktives Ölmarketing, am Beispiel eines durchschnittlichen Betriebes	
zusätzliche Liter aufgrund des Mitnahmekonzeptes	
zusätzliche Liter aufgrund des Nachfüllkonzeptes	
ergibt gesamt Liter	
ergibt Gesamt Umsatz	
ergibt gesamt Ertrag*	

Die Gesamtrendite im Gewerbe liegt am Boden und die Liquidität ist meist knapp. Umso mehr muss man jede Möglichkeit nutzen. Das Ölgeschäft mit seinen wertvollen Deckungsbeiträgen stellt eine gute Möglichkeit dar.

Das Thema „Motoröl“ sollte man in Gesamtheit mit allen Flüssigkeiten rund ums Auto betrachten. Bei der nachstehenden Musterrechnung – bitte erstellen Sie eine ähnliche Aufstellung für Ihr Haus mit Ihren individuellen Daten – wird ein Jahresbedarf an Flüssigkeiten je PKW von rund 12,5 Litern p. a. errechnet.

Dieses **flüssige Gold** trägt zu einem erheblichen Teil des Service-Ergebnisses bei, bitte multiplizieren Sie die Menge mit der Marge, die je Liter zu erzielen ist.

* bitte multiplizieren Sie die Litermenge mit der von Ihnen ermittelten Marge/Liter

Das Umsatzpotenzial für Nachfüll-Öl

Flüssigkeitspotenzial PKW pro Jahr				
	Ø Füllung	Wechselintervall Ø		Bedarf p. a.
		km	Monate	
Motor*	5,0	20.000	12/24	5,0
Getriebe	1,0	60.000	nach Vorschrift	0,5
Automatik**	8,0	80.000	36	2,5*
Differenzial	0,7	40.000	24	0,5
Bremssystem	1,0	nach Vorschrift	24	0,5
Hydraulik- system	2,0	80.000	36	0,5
Kühlsystem	8,0	nach Vorschrift	36	2,5
Klimaanlage	1,0	120.000	24	0,5
	27,3 Ltr.			12,5 Ltr.
Absatzziel Flüssigkeiten p. a. = Durchgänge p. a. x 12,5 Ltr.				

Beispielrechnung

z. B. 5.000 Durchgänge p. a. (davon 60 %)

= 3.000 Durchgänge mit Inspektionen

3.000 x 12,5 Ltr. Flüssigkeitsbedarf p. a.

= 43.750 Ltr. Flüssigkeiten

x Marge je Liter =

Bitte ermitteln Sie auf diese Art und Weise Ihre Deckungsbeitrags-Zielzahl und machen Sie diese Menge als SOLL-Zahl für Ihre/n Serviceberater/In bekannt. Erstellen Sie Zielvorgaben.

* inklusive Nachfüll-/Reserveöl

** entsprechend dem Automatikanteil im Fuhrpark

Das Umsatzpotenzial für Nachfüll-Öl

In allen Autohäusern gilt es, das Thema „Öl“ hoch zu halten. Prof. Hannes Brachat empfahl in einem Seminar: „**Jeder Mechaniker möge sich bei Arbeitsbeginn vor dem Ölfass verbeugen!**“ Mit dieser Metapher ist die Situation mehr als deutlich dargestellt! Wenn wir – als Szenario – einmal annehmen, dass es ab sofort keinen Ölwechsel mehr gäbe (schreckliche Vorstellung, nicht wahr?), dann würden die Bilanzen einer ganzen Reihe von Autohäusern ordentlich wackeln!

Unter Annahme einer durchschnittlichen Umsatzrendite, welche für die Branche etwa 1 % Gewinn vor Steuern ausmacht und unter der weiteren Annahme eines Betriebes mit etwa 7,5 Millionen € Umsatz p. a., würden z. B. – je nach Öl-Marge – zwischen 50 bis 75 % des Gewinns wegfallen, da dieser ausschließlich über das „Ersatzteil“ Öl erwirtschaftet wurde.

Hochrechnung Marken-Autohaus (mit angenommenen Umsatzgrößen)

Welchen
Stellenwert
hat das
Motoröl im
Rahmen
Ihres
täglichen
Service-
Verkaufs?

Welcher
Einsatz wird
dafür
geleistet?

Wie nutzen
Sie die
Ertrags-
chancen?

200 NW x 15.000	=	3,0 Mio. €	Umsatz p. a.
200 GW x 7.500	=	1,5 Mio. €	Umsatz p. a.
Service/ Teile	=	1,5 Mio. €	Umsatz p. a.
Umsatz gesamt	=	6,0 Mio. €	Umsatz p. a.
Rendite 1,0 % vor Steuern	=	60.000 €	

davon Schmierstoffe
ca. 5.000 Ltr./p. a.
mal X Marge z. B. 10 €/Ltr.

Bruttoertrag Schmierstoffe
50.000 €/p. a.
oder: ca. 80 % der
Gesamtrendite

In vielen Autohäusern macht der Bruttoertrag aus dem Motoröl 50 % und mehr der gesamten Umsatzrendite aus!

Warum Kunden wollen, dass das Autohaus ihnen Mitnahmeöl verkauft

Katrin P.: „Ich stand bereits einmal auf der Autobahn mit leuchtender Ölwarnanzeige – und hatte keine Ahnung, welches Öl ich kaufen muss? Also stand ich ratlos vor zig verschiedenen Ölsorten – auch die Tankstellen-Mitarbeiter konnten mir nicht weiterhelfen. Da wäre ich froh gewesen, wenn mir mein Autohaus beim letzten Werkstattbesuch eine Flasche Öl verkauft hätte.“

Jürgen Z.: „Immer wieder kommt es vor, dass einem an den Tankstellen das falsche Öl angeboten wird, da dort meistens kein Fachpersonal arbeitet, oder dass das Öl, welches mein Auto braucht nicht vorhanden ist. Erst letztens musste ich wieder drei Tankstellen abfahren, bis ich das richtige Öl bekommen habe. Daher fände ich es super, wenn man mir in der Werkstatt direkt ein Notölset anbieten würde.“

Hannes M.: „Vor meiner letzten Fahrt in den Urlaub habe ich den Ölstand gemessen und festgestellt, dass Öl fehlt. An der nächsten Tankstelle, zu der ich gefahren bin, gab es unzählige Sorten Öl – natürlich weiß ich nicht auswendig, welches Öl mein Motor braucht. Nach langem Suchen im Benutzerhandbuch haben der Tankstellen-Mitarbeiter und ich die richtige Sorte herausgefunden. Schade, dass meine Werkstatt mir kein Nachfüllöl verkauft hat.“

Fakt ist:

- **Jedes zweite Auto fährt ohne ausreichend viel Öl.**
- **80 Prozent der Autofahrer/Innen kontrollieren den Ölstand nicht.**
- **Tankstellen führen vermehrt den Tankwart-Service ein – bei jedem Auto wird der Peilstab gezogen und ggf. Öl verkauft. Damit ziehen die Tankstellen das Öl-Nachfüllgeschäft von den Werkstätten ab.**

Wie kann Ihr/e Serviceberater/In das Mitnahmeöl gut verkaufen?

Verkaufsaktive Serviceberater/Innen prüfen beim „**Checkpunkt Motorinnenraum**“ den Ölstand und ziehen im Beisein des Kunden den Peilstab. Vor der Inspektion kann es möglich sein, dass der Ölstand auf „Minimum“ steht und so kann man argumentieren:

„Lieber Kunde, das war schon knapp, aber wir machen jetzt mit der Inspektion auch den Ölwechsel. Ich empfehle Ihnen bei jedem dritten oder vierten Tanken den Ölstand zu prüfen.“

Besonders wichtig ist, dass man Besitzer/Innen von **Fahrzeugen mit Rußpartikelfilter** darauf aufmerksam macht, beim Nachfüllen von Öl auf die geeignete, vom Hersteller dafür freigegebene Sorte zu achten oder besser: gleich hier mitzunehmen.

„Um Verwechslungen zu vermeiden empfehle ich zu Ihrer Sicherheit, dass Sie eine Dose dieses Spezialöls mitnehmen, damit der Rußpartikelfilter an Ihrem Wagen keinen Schaden nimmt.“

So hat man den Reserveölverkauf bestens vorbereitet, Teil zwei des Verkaufs erfolgt dann am „**Checkpunkt Kofferraum**“:

„Lieber Kunde, Sie haben ja gesehen (alternativ: Sie haben ja selbst gesagt . . .), das Öl war schon knapp. Ich empfehle Ihnen deshalb immer eine Reservedose mit dabei zu haben, im Falle des Falles haben Sie dann gleich das richtige Öl für Ihr Auto zur Hand.“

Natürlich gilt dieses Angebot auch für die Kunden, bei denen der Ölstand im Fahrzeug noch korrekt war, nur kann man sich in diesem Fall nicht auf die Fehlmenge beziehen. In diesem Fall sollte der/die Serviceberater/In den Kunden fragen, ob er/sie seit dem letzten Ölwechsel Motoröl nachfüllen musste. Bei „Ja“ ist eine Mitnahme-Empfehlung angebracht. Bei „Nein“ und korrekter Füllmenge ist ein Angebot für Reserveöl nicht zu empfehlen, es widerspräche dann dem „Kundennutzen-Prinzip“.

Wie kann Ihr/e Serviceberater/In das Mitnahmeöl gut verkaufen?

Starke Argumente für Ihren Ertrag		
beim Auftrag	am POS (point of sale)	mit der Rechnung
• Kunden beraten, Kundennutzen-vorteile aktiv erwähnen. • In der Dialog-annahme für moderne sprit-sparende Synthetiköle werben. • Das Spritspar-argument konsequent einsetzen, Synthetiköle sind tatsächlich die billigsten Öle, sie sparen mehr als sie kosten. • Herkömmliche günstige Mineralöle zur Alternativ-Argumentation nutzen.	• Die Ölmarke präsent machen. • Kunden-nutzen-argumente mittels stummer Verkäufer präsentieren. • Mitnahmeöl in der Dialog-annahme präsentieren. • Rücknahme der Leerdosen (und Wieder-verkauf) z. B. durch Pfand-erhebung (2 €) aktivieren.	• Folder mit den Top-Argumenten für das verwendete Öl der Rechnung beilegen. • Bei der Rechnungs-erklärung auf die besonderen spritsparenden Eigenschaften des eingefüllten Motoröls hinweisen. • Auf den Umwelt-aspekt wie z. B. fachgerechte Entsorgung hinweisen.

An jedem Auto, das in der Werkstatt ist, den Peilstab ziehen. Bieten Sie das Mitnahmeöl als Reservepaket an und verweisen Sie z. B. auf die Situation an der Autobahntankstelle.

Wie kann der Verkauf von Mitnahmeöl gefördert werden?



Diese Verkaufshilfe bekommt man in aller Regel vom Öllieferanten. Nur hier in der Dialogannahme kann dieser nützlich sein, nämlich dort, wo der/die Serviceberater/In gemeinsam mit dem Kunden den Fahrzeug-Check durchführt und beim „**Checkpunkt Kofferraum**“ das Thema Öl anspricht.

Hier in unmittelbarer Nähe ist das Mitnahmeöl richtig platziert. So kann der/die Serviceberater/In auch eine Dose aus dem Regal entnehmen und dem Kunden die Vorteile dazu erklären.

Zur Unterstützung der Verkaufsarbeit ist es notwendig, dass die Preise deutlich ausgezeichnet sind und Informationsmaterial zum Motoröl (Flyer) dort bereit liegt.

Als verkaufsfördernde Unterstützung sollte man in die Dialogannahme einen **Ölverkaufsstand** platzieren.

Das können Sie als Autohaus-Chef tun:

Pflegen Sie das Thema „Öl“, wo immer es geht. Machen Sie jedem/r Mitarbeiter/In klar, was Öl für das Gesamtgeschäft wert ist und stellen Sie sicher, dass alles getan wird, um den Ölverkauf zu fördern:

- **Mitnahmeöl konsequent bei jedem Servicedurchgang anbieten**
- **Bei jedem Auftrag ohne Inspektion den Ölstand prüfen, ggf. ergänzen**
- **Kunden zum Thema „Öl“ beraten, hochwertige Qualitäten anbieten**
- **Nutzen Sie dazu die von allen Öllieferanten angebotenen Schulungsmaßnahmen**
- **Setzen Sie für den Ölabsatz Zielzahlen je Serviceberater/In fest und kontrollieren Sie monatlich die SOLL-/IST-Absatzmengen**
- **Zahlen Sie Provisionen für verkaufte Dosenware**

Natürlich sind die Mitarbeiter/Innen in der Argumentation zu unterstützen, Training tut Not! Die Öle sind eines der profitabelsten Teile im Autohaus. Es gilt die momentanen Margen mit allen Mitteln zu pflegen. Jeder der auf Billigöl im Verkauf setzt, schadet nicht nur den anderen, sondern vor allen Dingen sich selbst. In der Preisstellung kann man sich gerne an die bei den Tankstellen in ähnlicher Qualität aufgerufenen Werte halten, damit hat man gegenüber den Kunden auch eine plausible Argumentation zur Hand.

Weitere Hinweise:

Schulen Sie Ihre Mitarbeiter/Innen. Sprechen Sie mit den Serviceberatern/Innen über mögliche Hemmungen und Probleme beim Verkauf von Mitnahmeöl.

Unterstützen Sie die Serviceberater/Innen durch Argumente und verkaufsfördernde Maßnahmen. Denken Sie über eine spezielle Entlohnung für verkauftes Mitnahmeöl nach.

Das können Sie als Autohaus-Chef tun:

Checkliste: Alles vorbereitet?

Alle Öl-Chancen genutzt?		
Mitnahme-Öl	Nachfüll-Öl	Ölwechsel „zwischen durch“
• Platzierung der Mitnahme-Sets in der Kundenzone, an der Kasse und in der Dialogannahme. • Systematisches Anbieten von Mitnahmeöl innerhalb des Vorab-Checks in der Dialogannahme. • Jedem Neu- und Gebrauchtwagenfahrzeug wird bei der Auslieferung eine Dose Nachfüllöl „verkauft“.	• Generell wird bei jedem Werkstattbesuch, bei dem kein Ölwechsel verkauft wurde, der Ölstand geprüft und ggf. nachgefüllt.	• Nutzen Sie konsequent die Herstellervorschriften, die eindeutig darauf hinweisen, dass es Situationen gibt (z. B. starker Kurzstreckenverkehr, besondere Einsatzbedingungen), wo kürzere Ölwechselintervalle vorgeschrieben sind. • Versuchen Sie frühzeitig (nach ca. 2.000 km) Ihre Neuwagenkunden „umzuölen“, d. h. einen Extra-Ölwechsel mit einem Sprit sparenden Synthetiköl anzubieten.

Wie hoch ist der realistische Bedarf für Reserveöl?

Die Sachverständigenorganisation GTÜ hat das Verhältnis Autofahrer und Ölstand-Kontrolle in einer Studie untersucht.

22,9 % aller Fahrer/Innen waren mit deutlich zu wenig oder zu viel Motoröl unterwegs. Bei jedem 5. Fahrzeug fehlte durchschnittlich 1 Liter Motoröl. Ermittelt wurden diese Werte über die Ölfüllstände der zur HU bei der GTÜ vorgestellten Fahrzeuge. Mehr als 1.100 Autofahrer/Innen wurden befragt.

Mangelhafte Füllstände nach Fahrzeugalter:

- Segment 1: 12,9 %
- Segment 2: 18,3 %
- Segment 3: 23,2 %
- Segment 4: 25,6 %

Fazit

Die Wartung wird mit zunehmendem Alter vernachlässigt und der Ölzustand viel zu selten kontrolliert. Der Anteil der Wartungsmuffel ist unter Frauen und Männern fast identisch: 23,5 % aller Frauen und 22,4 % aller Männer führten zur HU ein Fahrzeug mit falschem Ölstand vor.

Zusatzerträge im Reserveölgeschäft

Das Reserveölgeschäft bietet dem Autohaus sehr hohe Erträge, das Potenzial ist aber meistens nur unzureichend ausgeschöpft.

Sie können diese Erträge dauerhaft steigern und zugleich die Zufriedenheit Ihrer Kunden deutlich erhöhen. Training, Schulungen & Beratungsmaßnahmen unterstützen dabei Ihren Erfolg.

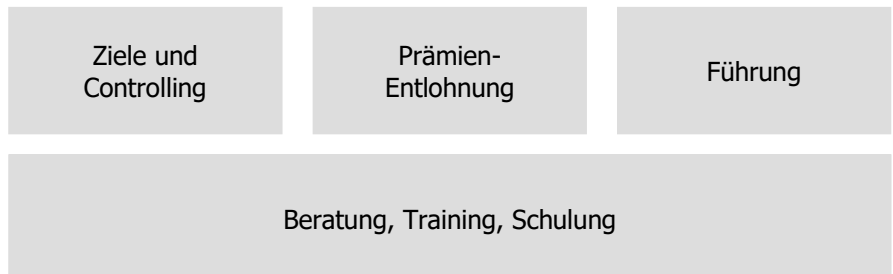
Im Verkaufstraining lernen Ihre Mitarbeiter/Innen die Grundlagen eines Verkaufsgesprächs. Wirksame Verkaufsförderungsinstrumente, Werbemittel und Prozessmaßnahmen erleichtern das Verkaufen von Reserveöl.

Mit verkaufsfördernden Einrichtungsempfehlungen helfen wir, die Dialogannahme als Verkaufsraum für das Zusatzgeschäft zu nutzen. Das Einführen von Kennzahlen im Reserveölgeschäft ermöglicht Ihnen ein detailliertes Controlling und die Möglichkeit der Provisierung im Reserveölverkauf.

Bausteine für Ihren Erfolg im Reserveölgeschäft



Bausteine zum dauerhaften Erfolg



API UND ILSAC

API-Klassifikation:

Das American Petroleum Institute (API) erstellt u. a. Motorenöl-Klassifikationen mit fester Nomenklatur für Benzinmotoren. Der Buchstabe S steht für Ottomotoren in Pkw. Zusätzlich zum Buchstaben S wird dem Alphabet folgend ein Buchstabe oder eine Zahl genannt. Die neue Norm seit Mai 2020 heißt API – SP.

Sie ist eine Weiterentwicklung der vorhergehenden Norm API SN Plus und berücksichtigt insbesondere die LSPI-Problematik bei Motoren mit Direkteinspritzung.

ILSAC-Klassifikation:

Das International Lubricant Standardization and Approval Committee nutzt zusammen mit einem weiteren amerikanischen Institut und der JAMA (Japan Automobile Manufacturers Association) die API-Klassifikationen als Grundlage für den eigenen ILSAC-Standard, der besonderen Wert auf Kraftstoffeffizienz legt.

ILSAC GF-5 wird ab Mai 2020 durch ILSAC GF-6 ersetzt. Dabei wird die ILSAC GF-Spezifikation zum ersten Mal in zwei Kategorien unterteilt:

ILSAC GF-6a (rückwärtskompatibel, 0W/5W-20, 5W-30) und ILSAC GF-6b (nicht rückwärtskompatibel, ausschließlich 0W-16).

Der Grund für das Update sind die Anpassungen an die aktuellen Standards für die Abgasemissionen sowie die neue Motorentechnologie. Für ILSAC GF-6 wurden 4 API-Tests aktualisiert (neue Testmotoren) und zusätzlich wurden drei Tests ganz neu eingeführt.

Achtung: Die Rückwärts-Kompatibilität ist bei neuen API-Normen sowie bei ILSAC GF 6A kein Problem. Bei ILSAC GF 6B jedoch ist eine Rückwärtskompatibilität aufgrund einer abgesenkten HTHS (High Temperature High Share) nicht gegeben.

Damit läuft es wie geölt:

Expertentipps für ein langes Motorleben

Die Mehrheit der deutschen Autofahrer/Innen kontrolliert selten oder nie den Füllstand des Motorenöls. Vielmehr verlässt man sich auf den turnusmäßigen Ölwechsel im Rahmen der Inspektionen. Dass das oft nicht ausreicht, hat die große Öl-Studie der GTÜ (Gesellschaft für Technische Überwachung) ergeben: Fast jede/r vierte Autofahrer/In ist demnach mit einem mangelhaften Ölstand unterwegs. Die daraus resultierenden Risiken wurden von den Experten beider Unternehmen zusammengefasst, ebenso wie Tipps für eine reibungslose Fahrt:

Zu wenig Öl: Der Raum zwischen der Minimum- und der Maximum-Markierung auf dem Ölpeilstab repräsentiert einen Unterschied von durchschnittlich rund einem Liter Motorenöl – abhängig von Hersteller und Modell. Ein Ölstand an der Minimum-Markierung bedeutet somit, dass bei einem Gesamtvolumen von vier Litern 25 % weniger Schmierstoff zur Verfügung stehen. Entsprechend sinkt das Leistungsvermögen des Öls, denn die geringere Ölmenge muss die gleiche thermische und mechanische Belastung verkraften. Ein höherer Verschmutzungsgrad und ein schnellerer Alterungsprozess sind die Folgen. Parallel dazu steigt das Risiko von Schäden an der Nockenwelle oder an den Pleuellagern. Im Extremfall bildet sich gefährlicher Schwarzschlamm, der kapitale Motorschäden zur Folge haben kann.

Zu viel Öl: Ein zu hoher Ölstand kann mehrere Ursachen haben. Entweder wurden Fehler beim Nachfüllen gemacht oder es kommt zu einem Effekt, der insbesondere bei Dieselmotoren mit Partikelfilter auftritt: Ursache ist das Freibrennen des Filters (Regeneration durch Einspritzung zusätzlichen Kraftstoffs). Anteile dieses zusätzlichen Dieselmotorenkraftstoffs können ins Motoröl „hineingewaschen“ werden und sich dort anreichern. Es kann vor allem dann zu einem erhöhten Ölstand kommen, wenn das Motoröl die Betriebstemperatur im Kurzstreckenbetrieb nicht erreicht, so dass der Kraftstoff nicht wieder verdampfen kann. In Extremfällen wurden Kraftstoffanteile von bis zu 20 % gemessen.

Bei einem stark überhöhten Füllstand kann die Kurbelwelle in den Ölstand eintauchen („Panschen“). Es entstehen im Kurbelgehäuse große Mengen Ölnebel, die über die Gehäusebelüftung in den Brennraum gelangen. Die Folgen sind eine geringere Leistung durch so genannte Panschverluste, eine unsaubere Verbrennung und hohe Emissionen. Im ungünstigsten Fall können Dieselmotoren unkontrolliert hochdrehen, da der Ölnebel dann als Kraftstoff fungiert, ohne dass das Gaspedal betätigt wird.

Die Konsequenz: In der Dialogannahme konsequent den Peilstab ziehen und Reserveöl verkaufen.

Motorölverbrauch

Der Motorölverbrauch kann von Motor zu Motor unterschiedlich ausfallen und sich während der Lebensdauer des Motors verändern.

Abhängig von der Fahrweise und den Einsatzbedingungen kann der Ölverbrauch bis zu 1 Liter/2.000 km betragen – bei Neufahrzeugen in den ersten 5.000 Kilometern auch darüber. Der Motorölstand muss deshalb in regelmäßigen Abständen geprüft werden – am besten bei jedem Tanken und vor längeren Fahrten.

Quelle: Auszug aus der Bedienungsanleitung von Volkswagen

Die Basis der markenspezifischen Normen

Die beiden übergreifenden Normenkataloge ACEA (Kürzel für Association des Constructeurs Européens d'Automobiles) und API (Kürzel für American Petroleum Institute) haben nicht ausgedient, sie sind die Grundlage auch der markenspezifischen Motorölnormen. Die auch als kleinste gemeinsame Nenner zu bezeichnenden Normenkataloge werden als Basis herangezogen, und zwar nicht nur bei der chemisch-physikalischen Fixierung neuer Öle, auch bei Prüfstandtests, bei dem einige Hersteller durch den Wechsel zu moderneren Prüfmotoren eine Verschärfung der ACEA mit sich brachten.

Abhängig davon, in welchen Teilen der Welt die Fahrzeuge verkauft werden sollen, richtet sich ein Automobil- oder Motorenhersteller mehr nach dem europäischen und/oder dem amerikanischen Normenkatalog. Auch das Verbrennungsprinzip spielt eine Rolle: Der US-amerikanische Normenkatalog API hat z. B. für Dieselmotoren nicht allzu viel übrig.

Trend zu markenspezifischen Motorölen

Motoröle	PKW-Marken
nach eigenen Normen	Alfa Romeo, Audi, BMW, Chevrolet (Benziner), Citroen, Fiat, Ford, Jaguar, Lancia, Land Rover, Mercedes-Benz, Mini, Mitsubishi, Opel, Peugeot, Porsche, Renault, Saab, Volvo, VW
ohne eigene Normen	Chevrolet (Diesel), Chrysler, Daihatsu, Dodge, Honda, Hyundai, Jeep, Kia, Lada, Mazda, Nissan, Subaru, Suzuki, Toyota

Moderne Motoröle senken den Kraftstoffverbrauch

Mit modernen Motorölen kann man heute den Kraftstoffverbrauch schon um rund zwei Prozent senken. Mit speziellen Ölen, die auf die besonderen Bedingungen in den modernen, hochdrehenden Turbomotoren angepasst sind, könnte sogar ein Zehntel des Kraftstoffverbrauchs im Neuen Europäischen Fahrzyklus (NEFZ) eingespart werden. Diese Zahlen nannte ein Produktmanager der Fuchs Petrolub in Mannheim, beim größten unabhängigen Schmierstoffunternehmen der Welt.

Die modernen Downsizing-Motoren, die aus kleineren Hubräumen mit Turbolader und Drehzahl dieselbe Leistung herausholen wie viel größere Triebwerke, stellen andere Anforderungen an das passende Motoröl. Im NEFZ wird mit kalten Motoren gestartet. Der Motor muss sich also rasch erwärmen, das Öl muss deswegen auch schon bei Umgebungstemperatur seine vollen Schmiereigenschaften bringen. Gleichzeitig muss es auch bei hohen Temperaturen, hohem Druck und hohen Drehzahlen seine Aufgabe erfüllen. Andernfalls könnte erhöhter Verschleiß zur Bildung von Ruß und zur Verschlammung der Turbolader führen.

Man ist sicher, dass unter diesen Umständen in der Zukunft die Auswahl des Motoröls zu einer Frage für den Fachmann/frau werden wird. Man geht davon aus, dass es in Zukunft noch weniger als heute ein gutes Universalöl geben wird, weil zu jedem Motor ein passendes Öl benannt werden wird. Für das Öl der Zukunft hält er eine Viskosität nach SAE 5W 20 oder 0W 20 für wahrscheinlich. Es wird aus unkonventionellen Grundstoffen bestehen und damit bei Kälte und bei hohen Temperaturen funktionieren.



Automatikgetriebe: Ölwechsel notwendig

Die Automobilhersteller sprechen bei ihren Automatik-Getrieben gerne von einer „Lifetime-Befüllung“, die ein sorgenfreies Getriebeleben suggeriert und vor allem die Wartungskosten senken soll. Unabhängig vom Getriebelieferanten schreiben viele Hersteller bislang keine Wechselintervalle für Wandlerautomaten vor. Die Getriebehersteller selbst sehen das etwas kritischer. Von ZF etwa heißt es: „Ab Werk sind ZF-Getriebe mit hochwertigem, teil- oder vollsynthetischem ZF-LifeguardFluid befüllt. Dieses hält unter normalen Bedingungen über die gesamte Laufzeit, kann aber bei starker Fahrzeugbeanspruchung – etwa durch häufigen Anhängerbetrieb oder schnelles, sportliches Fahren – vorzeitig altern. Werkstätten sollten daher dieser Kundengruppe einen Getriebeölwechsel nach 80.000 bis 120.000 Kilometern empfehlen.“

Auf die Frage nach Ölwechsel und Lebensdauer heißt es: „Eine generelle Aussage lässt sich dazu nicht machen. Die von den OEMs gemachten Wartungsintervalle orientieren sich an unseren Empfehlungen und reichen von 60.000-Kilometer-Wartungsintervallen bis Lifetime-Befüllung. Doch nach und nach setzt sich bei den Automobilherstellern die Erkenntnis durch, dass die immer stärker belasteten Getriebe einen regelmäßigen Ölwechsel gut vertragen.“

So schreibt Mercedes-Benz im Wartungsplan für die Neun-Stufen-Wandlerautomaten nach 60.000 Kilometern eine Ölauffrischung durch Nachfüllen vor, nach 120.000 Kilometern einen Ölwechsel und nach 160.000 bis 250.000 Kilometern eine Getriebspülung nach vorheriger Ölanalyse.

Die Anforderungen steigen

Noch deutlicher wird das Potenzial bei Doppelkupplungsgetrieben. Volkswagen gibt hier zum Beispiel ein Ölwechselintervall von 60.000 Kilometern vor. Mercedes-Benz rechnet damit, dass das Geschäft mit dem Getriebeöl ein größeres Volumen entwickelt als mit Motoröl.

Quelle: amz – auto motor zubehör

Fragen und Antworten zum Thema Motoröl

Warum ist ein regelmäßiger Wechsel des Motoröls notwendig?

Auch Motoröl altert und verschleißt. Die Zusätze (Additive) des Öls bauen sich mit der Zeit ab, das Öl verschmutzt durch Verbrennungsrückstände, Staub und Abrieb. Häufige Kaltstarts können bei Benzinmotoren zudem zu einer Verdünnung des Öls durch unverbrannte Benzinbestandteile führen, was die Schmierfähigkeit mindert.

Was sind die Unterschiede zwischen Mineral- und Synthetik-Öl?

Synthetiköl wird in einem aufwändigeren Verfahren als Mineralöl hergestellt, das einen speziellen Molekülaufbau hat. Dieser lässt den Schmierfilm auch bei höchster Belastung nicht reißen, senkt den Verschleiß, sorgt für bessere Kühlung besonders beanspruchter Teile und ermöglicht maximale Ölwechselintervalle. Neben den vollsynthetischen Ölen gibt es Öle mit synthetischen Anteilen (teilsynthetische Öle, Hydrocracköle).

Können Motoröle auch beim Spritsparen helfen?

Ja, Leichtlauföle senken die Reibung im Motor und helfen dadurch Kraftstoff zu sparen. Im Kurzstreckenverkehr sind bis zu sechs Prozent Ersparnis, im gemischten Stadt- und Überlandverkehr bis zu vier Prozent und auf der Autobahn bis zu zwei Prozent Ersparnis zu erzielen. Leichtlauföle sind üblicherweise als 0W- oder 5W-Öle gekennzeichnet.

Wie oft sollte der Ölstand kontrolliert werden?

Lieber einmal zu viel als einmal zu wenig. Als Faustregel sollte man sicherheitshalber alle 500 bis 1.000 Kilometer kontrollieren. Bei einem bekannt höheren Ölverbrauch, etwa bei älteren Fahrzeugen, individuell auch öfter. Zeigt die Ölkontrollleuchte zu geringen Ölstand oder Öldruck an, ist sofort zu kontrollieren und Öl nachzufüllen. Eine Reserve im Kofferraum kann deshalb niemals schaden.

Brauchen Diesel mit Filter besonderes Motoröl?

Ja. Damit Verbrennungsrückstände aus dem Motor den Dieselpartikelfilter nicht zusetzen, sollten für Diesel mit Filter möglichst so genannte Low-Ash-Motoröle (SAPS-Öle) verwendet werden. Das sind Öle, die weitgehend aschefrei verbrennen. Hierbei ist unbedingt auf spezifische Herstellervorgaben zu achten. Da diese Motoröle noch nicht überall zu haben sind, gehört eine Flasche zum Nachfüllen in den Kofferraum, besonders auf Auslandsreisen.

Warum kann der Ölverbrauch zu hoch sein?

Der Ölverbrauch ist abhängig vom Motortyp, dem Alter und den Fahrbedingungen, denen das Auto ausgesetzt ist. Ein zu hoher Verbrauch kann durch ein Leck in Verbindungen oder Dichtungen auftreten, durch Verschleiß von Kolben und Zylindern, aber auch durch Ablagerungen, die die Schmierung einiger Flächen verhindern.

Fragen und Antworten zum Thema Motoröl

Hat die Farbe des Öls eine Bedeutung?

Die Farbe des Öls hat keine spezielle Bedeutung, hängt jedoch von verschiedenen Faktoren in der Herstellung ab. Diese umfassen die Behandlungsarten in der Raffinerie und Arten der verwendeten Grundöle, Additive und Rohöle. Öl kann im Gebrauch eine dunklere Farbe bekommen, da es Schwebepartikel enthält. Dies liegt daran, dass das Öl den Motor von Partikeln und anderen Ablagerungen reinigt, die durch die hohen Verbrennungstemperaturen entstehen. Dabei hält es diese Partikel in einem Schwebezustand, damit sie sich nicht an der Motorfläche ablagern können.

Ist es schädlich, verschiedene Ölsorten zu mischen?

Eigentlich nicht, sofern die Sorten den Vorgaben entsprechen. Das Zumischen höherwertiger Ölsorten ist unbedenklich.

Werkstätten müssen kein Kunden-Öl einfüllen

Keine Kfz-Werkstatt ist verpflichtet, das vom Kunden mitgebrachte Motoröl für den Ölwechsel zu verwenden. Darauf wies vor einigen Jahren das Deutsche Kfz-Gewerbe (ZDK) hin. Der Verband reagierte damit auf einen Fernsehbeitrag, der Verunsicherung bei Betrieben und Verbrauchern ausgelöst hatte.

Im ARD-Magazin „Plusminus“ wurde in einem Beitrag berichtet, dass zum Thema „Ölwechsel“ der Eindruck erweckt wurde, Werkstätten müssten Kunden-Öl einfüllen, hieß es. Die Rechtslage ist nach Aussage eines ZDK-Experten jedoch eindeutig: „Im Rahmen der Vertragsfreiheit hat die Werkstatt das Recht, einen Kundenauftrag abzulehnen, so auch das Einfüllen des mitgebrachten Öls.“

Denn die Werkstatt sei grundsätzlich verpflichtet, den Ölwechsel nach den Vorgaben des Automobilherstellers durchzuführen. Wenn nicht sicher sei, ob das mitgebrachte Öl die Freigabe des Herstellers habe, drohe der Verlust der Garantie, wenn ein Motorschaden auf falsches Öl zurückgeführt werden könne. Da die Herkunft von mitgebrachtem Öl selten geklärt werden kann und auch nicht sicher ist, ob es die Freigabe des Automobilherstellers hat, kann ein Kfz-Meisterbetrieb die Sachmängelhaftung für den mitgebrachten Schmierstoff nicht übernehmen.



Produktmix Verbesserung

- Die Basis für die Steigerung der Erträge aus dem Motorölgeschäft: Qualitätsanhebung im Sorten-Mix
- Die moderne Motorgeneration stellt hohe Anforderungen an die technische Qualität der einzusetzenden Motoröle.
- Herkömmliche Viskositätsklassen, wie z.B. SAE 15W-40, stoßen schnell an ihre technischen Grenzen.
- Diese Viskositätsklassen sind heute Standard, müssen nicht mehr aktiv verkauft werden und bringen nur noch kleine Margen.
- Durch Qualitätsanhebung im Sorten-Mix – also die stärkere Betonung höherer Qualitäten im Verkauf – lassen sich höhere Verkaufspreise erzielen und bessere Margen erwirtschaften.
- Durch hochwertige Produkte bieten Sie Qualitätsklassen, die Fahrzeughersteller heute für Ihre neue Motorengeneration fordern.
- Mit den neuen Hochleistungsmotorölen setzen Sie sich deutlich vom Wettbewerb ab (die herkömmlichen Viskositätsklassen findet man sowieso in jedem Supermarkt, Kfz-Teilemarkt usw.).

Können E-Fluids das Ölgeschäft ersetzen?

Der zuletzt stark wachsende Anteil an E-Fahrzeugen am Gesamtmarkt lässt in den Werkstätten auch die Befürchtungen bezüglich wegfallender Servicearbeiten wachsen. Vor allem das lukrative Ölgeschäft mit den Verbrennern scheint in Gefahr. Sicher ist, dass reine E-Fahrzeuge kein Motoröl brauchen. Doch die hohen Wachstumsraten gehen momentan überwiegend auf Hybride oder Plug-in-Hybride zurück, die Verbrennermotoren enthalten und somit die gleichen Serviceleistungen und damit auch Ölwechsel wie reine Verbrenner benötigen. Noch unklar ist auch, ob sich E-Fuels durchsetzen und die Präsenz von Verbrennern verlängern.

Die Schmierstoffindustrie ist sich jedoch in der Meinung einig, dass es noch auf längere Zeit ein Nebeneinander von Verbrenner- und E-Fahrzeugen geben wird. Dennoch haben viele Schmierstoffproduzenten bereits ein Portfolio an speziellen Schmier- und Kühlmitteln für Elektrofahrzeuge entwickelt, auch wenn der Bedarf im Aftermarkt noch kaum vorhanden ist.

Wie lange ist „Lifetime“?

Doch was sind eigentlich E-Fluids, wo werden sie benötigt und warum? Unter den Begriff „E-Fluids“ fallen prinzipiell drei Produktgruppen:

- Getriebeöle
- Kühlmittel
- Fette

Die gab es bislang auch schon für Verbrenner, doch die Anforderungen sind im E-Fahrzeug ganz andere, die die Entwicklung neuer Betriebsmittel erforderten. Getriebeöle für E-Fahrzeuge sind beispielsweise deutlich dünner als herkömmliche. Dr. Karlfried Fuchs, Technical Support Advisor bei *Petronas Lubricants Deutschland*, erklärt:

„Beim E-Fahrzeug setzt die volle Kraft sofort ein, auch wenn die Leistungsabgabe über einen Konverter gesteuert wird. Das Öl muss also sehr schnell einen stabilen Schmierfilm aufbauen, der hohem Druck standhält. Gleichzeitig soll es sich durch geringe Reibungsverluste positiv auf die Reichweite auswirken. Beides geht nur mit dünnflüssigen Ölen, wie dem *Iona Integra* in der Viskosität 75 W 70.“

Um der Belastung auch bei starken, sportlichen E-Fahrzeugen standzuhalten, werden dem Schmierstoff sogenannte EP-Additive (extrem pressure) beigelegt. Die Getriebeöle sind prinzipiell als Lifetime-Füllung ausgelegt: „Es gibt aber keinerlei Erfahrungswerte, etwa wie lange die Additive wirksam sind, so dass wir im Moment von 200.000 km ausgehen“, ergänzt Fuchs. Ein Geschäft für die Werkstatt winkt also nur bei Reparaturen oder wenn in bestimmten Anwendungsfällen das Öl frühzeitig gewechselt werden muss.

Erfahrung fehlt

Ähnlich verhält es sich mit den Schmierfetten, die an gelagerten Bauteilen im Elektrofahrzeug zum Einsatz kommen, insbesondere bei Fahrzeugen mit Radnaben-Motoren, aber auch in Radnaben selbst und Achslagern. Auch sie sind durch die Kraftentfaltung der E-Mobile hohen Belastungen ausgesetzt, müssen aufgrund hoher Drehzahlen sehr temperaturstabil sein und gleichzeitig beste Gleiteigenschaften haben, um die Reichweite nicht negativ zu beeinflussen.

„Die Fette sind deshalb teilweise Molybdän- oder Teflonhaltig. Die Schmierfette sind seitens der Hersteller ebenfalls als Lifetime-Füllung vorgesehen, aber auch hier gibt es noch keine Erfahrungswerte zur Haltbarkeit“, erklärt Fuchs.

Können E-Fluids das Ölgeschäft ersetzen?

So wird es auch hier, vom Reparaturfall abgesehen, nur wenig Ersatzbedarf für die Werkstatt geben.

Thermofluid statt Motoröl

Interessant wird es für die Werkstätten bei der Kühlflüssigkeit, wobei diese in verschiedener Hinsicht nicht mit der Kühlflüssigkeit im Verbrenner zu vergleichen ist. *Castrol* bezeichnet sein *Castrol ON EV Fluid* beispielsweise als „Wärmemanagementflüssigkeit“, was den Einsatzbereich treffender beschreibt. Sie dient der Direktkühlung der Batterie, was der Lebensdauer, Leistungsabgabe und Ladegeschwindigkeit zuträglich ist. Dazu werden die Batterien entweder komplett von der Flüssigkeit ummantelt oder sie durchdringt die Batterie in speziellen Kanälen. Dazu muss das Kühlmittel nichtleitend (dielektrisch) sein und die Batterie im optimalen Temperaturbereich zwischen 35 und 80 Grad C halten. Auch hier sorgen neben der Basisflüssigkeit, in der Regel auf Polyglykol-Basis, vor allem spezielle Additive für die Einhaltung des Temperaturfensters. Während im Sommer die Kühlung der Batterie im Vordergrund steht, muss diese im Winter geheizt werden. Aus der Kühlflüssigkeit wird dann eine Heizflüssigkeit, was durch chemische Prozesse in den Additiven erreicht wird. Weil die Eigenschaften der Additive im Zeitraum von etwa zwei Jahren verschleissen und nachlassen, die Kühlflüssigkeit aber entscheidenden Einfluss auf die Reichweite und die Lebensdauer der Batterie hat, ist ein regelmäßiger Wechsel angesagt. Und hier beginnt die gute Nachricht für Werkstätten: Vor allem Fahrzeuge mit großen Batterien im Unterboden benötigen rund 35 bis 50 Liter der Kühlflüssigkeit.

Aufgrund der aufwändigen Entwicklungsarbeit und der Formulierung mit speziellen Additiven liegt der Preis rund drei- bis fünfmal so hoch wie bei herkömmlichen Kühlmitteln. Damit lässt sich ein rückläufiges Schmierstoffgeschäft zumindest teilweise auffangen.

Übersicht: am Markt verfügbare E-Fluids

- *Castrol ON E-Getriebeöle D1 und D2, Castrol ON Thermal Management EV-Fluid, Castrol ON Grease EV Fluid*
- *Fuchs BluEV DriveFluid (Getriebe), BluEV MotorGrease (Fette), BluEV Thermofluid*
- *Liqui Moly Top Tec Gear EV 510 (Getriebe), FCF 20 (Kühlmittel, auch für Brennstoffzelle)*
- *Petronas Iona Integra (Getriebe), Iona Thermal (Kühlflüssigkeit), Iona Glide (Fette)*
- *Total Quartz EV-Drive R 3.1 (Getriebe E-Auto), HI-Perf EV Drive MP 7.0 (Getriebe E-Motorräder)*
- *ZF Lifeguard Hybrid 1/Hybrid 2, Lifeguard eFluid 1 (Getriebe)*

Zukunft Schmierstoffe im E-Auto



Schmierstoffe für Elektroautos müssen folgende Eigenschaften haben:

- Dielektrische Eigenschaften für Schmierstoffe in direktem Kontakt mit elektrischen Komponenten, um Kurzschlüsse und Funken zu vermeiden
- Verträglichkeit mit verschiedenen Materialien wie Kupfer (hohe elektrische Leitfähigkeit) und polymeren Kabelummantelungen
- Kühleigenschaften durch gute Wärmeabfuhr der elektrischen Energie
- Verschleiß-, Oxidations- und Korrosionsschutz für das ganze System
- Strikte Wasserabscheidung zur Vermeidung von elektrischen Überschlüssen zwischen spannungsführenden Bauteilen

Es gibt aktuell noch keine allgemeinen Freigaben und Spezifikationen für die Schmierstoffe in E-Autos, daher sind die aktuellen Schmierstoffe für E-Autos auf bestimmte Anwendungsfälle individuell abgestimmt.

Die wichtigsten Schmierstellen im Elektroauto

Das Getriebe funktioniert bei Elektroautos weitgehend ohne Gangschaltung und ist nur ein- oder zweistufig. Im Getriebe von E-Autos können zeitweise sehr hohe Drehzahlen auftreten, die für eine erhöhte thermische und physische Belastung des Öls sorgen. Das Getriebeöl für Elektroautos benötigt daher eine hohe Hitzeresistenz und Robustheit.

Schmierfette werden im Elektromotor, in Nebenaggregaten und in der Zentralverriegelung eingesetzt. Sie müssen im E-Auto harten Bedingungen trotzen und z. B. im Wälzlager des Elektromotors hohe Temperaturen und Drehgeschwindigkeiten auffangen. Gleichzeitig müssen die Fette mit vielen Materialien wie Kupfer, Kunststoffen und Elektronikbauteilen verträglich sein.

Um die Akkus im Elektroauto funktional zu halten, ist ein gutes Kühlsystem unabdingbar. Zur Kühlung reichen Medien wie Luft und Wasser kaum aus. Daher werden derzeit erste Kühlflüssigkeiten für Elektroautos entwickelt, welche auf die besondere Bauweise der Akkuzellen ausgelegt sind.

Auch wenn aktuell noch wenige E-Autos das Straßenbild prägen, wird die Anzahl an Erstzulassungen in den kommenden Jahren weiter steigen. Sind die emissionsfreien Autos aktuell vor allem für Kurzstrecken zu gebrauchen, werden die Hersteller verstärkt daran arbeiten, die Reichweiten der Akkus zu erhöhen und die Ladezeiten zu senken. Wenn erst einmal E-Autos mit 600 bis 800 Kilometer Reichweite unterwegs sind und die Aufladung nur wenige Minuten dauert, ist der Marktdurchbruch der Elektroautos gegeben. Einen Teil zu dieser Entwicklung werden auch die Schmierstoffhersteller beitragen. Effiziente und individuell formulierte Schmierstoffe können die Laufleistung der E-Autos verbessern, indem sie die Kraftübertragung optimieren, Hitze widerstehen und wichtige Bauteile kühlen.

Zusätzliche Additive fürs Motoröl

Sind zusätzliche Additive fürs Motoröl nötig? Zunächst die grundlegende Frage: Ist es überhaupt notwendig, dem Motoröl zusätzliche Additive hinzuzufügen? Die Antwort lautet in der Regel: Nein.

Die meisten Motoröle, die es heute im offiziellen Handel zu kaufen gibt, haben eine hohe Qualität. Die Ölhersteller haben ihr Bestes getan, um allen Anforderungen eines modernen Motors gerecht zu werden. Die Zugabe weiterer Additive ist daher im Allgemeinen überflüssig. **In manchen Fällen kann sie sogar schaden.** Dies ist z. B. der Fall, wenn Additive verwendet werden, um ein verbrauchtes Öl länger nutzen zu können. Hierdurch werden zwar verbrauchte Additive erneuert, aber die Grundsubstanz des Öls lässt sich damit nicht wiederherstellen.

Für eine lange Motorlebensdauer gibt es daher nur ein Rezept: **Regelmäßig den Ölwechsel machen und den Ölstand immer im optimalen Bereich halten.** Bei den meisten Autos ist ein Ölwechselintervall bei 20.000 Kilometern oder ein Mal im Jahr durchzuführen. Bei älteren Fahrzeugen oder solchen mit sehr hoher Laufleistung auch schon früher. Anstatt das Geld für Additive auszugeben, sollte lieber in ein hochwertiges Motoröl investiert werden.

Grundsätzlich gilt: Die jeweilige Ölvorschrift der Hersteller beachten! In manchen Garantiebedingungen ist die Verwendung von Ölzusätzen untersagt und führt zum Erlöschen der Garantie.



Sonderfall Zahnriemen im Ölbad

Zahnriemen im Ölbad bieten Vorteile bei Reibung und Geräuschentwicklung. In der Praxis zeigen sich jedoch Probleme, die häufig auf ein falsch verwendetes Motoröl zurückzuführen sind.

Das richtige Öl für den Motor ist das A und O bei Zahnriemen-Systemen. Grundsätzlich ist zu empfehlen, ausschließlich vom Hersteller freigegebene Motoröle zu verwenden. Denn jeder Motor mit einem Zahnriemen im Ölbad hat seine speziellen Ölfreigaben und setzt spezielle Additive voraus, die bestimmte Schadstoffe im Öl binden sollen. Solche Schadstoffe wie etwa Rußpartikel, Schwefel, kristalline Verbindungen oder Kraftstoff im Öl (Ölverdünnung) können dem Zahnriemen Schaden zufügen. Je nach Fahrprofil des Kunden können mehr oder weniger Schadstoffe ins Öl gelangen, die dann durch Verbrennungsrückstände ins Motoröl gelangen können.

Gerade unter „erschweren Einsatzbedingungen“ wie z. B. häufigen Kurzstrecken oder bei Taxis und Lieferfahrzeugen ist das entscheidend, da hier viele Motorstarts stattfinden. Die Wirkung der Additive, die eine Rußbildung verhindern sollen, lässt mit der Zeit nach, weil sich das Öl im Motor während dieser Bedingungen verdünnt. Gerade im Kurzstreckenbetrieb sammelt sich besonders viel Kraftstoff im Motoröl an und greift dann im Laufe der Zeit den Riemen an. Auch ein längerer Stillstand eines wenig bewegten Fahrzeugs kann deutlich schädlicher für den Riemen sein, als eine tägliche Autofahrt. Die Kontaktdauer mit dem verdünnten Öl sei dabei maßgeblich für die Schädigung des Riemens. Auch Fahrten bei voller Beladung, Anhängerbetrieb oder das häufige Fahren von Steigungen können die Verdünnung des Motorenöls beschleunigen. Analysen der Schadensfälle haben als Ursache häufig erhöhte Kraftstoffeinflüsse bzw. Ölverdünnung ergeben.

Daher wird ein regelmäßiger Ölwechsel mit der vom Hersteller vorgegebenen Öl-Qualität empfohlen. Als Faustregel für den Ölwechsel gilt: maximal alle 20.000 Kilometer oder mindestens ein Mal im Jahr. Grundsätzlich sind immer die Vorgaben des Herstellers zu beachten.

Das Öl-Plus-Programm

Mehr Ertrag aus dem Ölgeschäft.

Im Autohaus

IST-Aufnahme

Sorten-Mix

Produkt		Liter	Marge/Liter €	Marge/total €
	0W-30			
	xW-30			
	xW-40			
	xW-40			
	...			

Jahresmenge Motorenölabsatz / Marge

Durchschnittliche Marge je Liter

Ihre Erfolgsrechnung

Der intelligente Sorten-Mix

	Bisheriger Sorten-Mix			Neuer Sorten-Mix		
Produkt	Liter	Marge/Liter €	Marge/total €	Liter	Marge/Liter €	Marge/total €
Motorenölabsatz / Marge						
Ø Marge je Liter						

Rahmenbedingungen

Ihre Erfolgsrechnung

Werkstattdurchgänge pro Tag

Nachfüllbedarf:

Werkstattdurchgänge ohne Inspektion

davon fehlt durchsch. jedem zweiten Fahrzeug 0,5 Liter Öl

Mitnahmebedarf:

Werkstattdurchgänge mit und ohne Ölwechselauftrag

davon kaufen ein Öl dabei-Mitnahme-Set

%

Zusätzliche Liter pro Tag durch Öl dabei

Durchschnittliche Marge je Liter

Ertragschance pro Jahr

Stück

Stück

Liter/Tag

Stück

Liter/Tag

Liter/Tag

€

€

Öl dabei !

Das Basisangebot für Ihre Werkstattkunden im Rahmen des Öl-Plus-Programms.

Kunden fahren tagtäglich bei Ihnen vor, um Werkstattleistungen in Anspruch zu nehmen. In jedem 2. Fahrzeug fehlt laut Statistik ein halber Liter Öl. Mit dem praktischen Mitnahme-Set sichern Sie sich zusätzliche Ölumsätze.

Mitnahme – Set

Stempel

Leitfaden

Fazit Schmierstoff-Management

Nachfolgend die wichtigsten Aussagen des Öl-Symposiums:

- Das Schmierstoffgeschäft kann für sehr gute Gewinne im Werkstattgeschäft sorgen
- Für viele Betriebe ist das Ölgeschäft zum Überlebensfaktor geworden
- Die Vermarktungstools der Schmierstoffindustrie sollte man konsequent nutzen
- Die Ölmarge ist in Gefahr
- Die Stabilisierung der Marge erfordert künftig mehr Aufwand
- Teilweise ist die Industrie selbst schuld am Margenverfall
- Zunehmend wollen Autohersteller das Ölgeschäft selbst in die Hand nehmen
- Die Bedeutung der Ölmargen für die Autohäuser sind dem Fahrzeughersteller egal
- Viele Betriebe verpassen es, die Kraft der Marke zu nutzen
- Viele Unternehmer kalkulieren Preise, ohne den Markt zu kennen
- Preisempfehlungen werden nicht eingehalten
- Gigantische Preisunterschiede schrecken den Kunden ab
- Trotz deutlich besserer Öle sind die Einkaufspreise kaum gestiegen
- Der Endkunde kann Schmierstoffe nur schwer differenzieren
- Nur wenige Endkunden wissen, welches Öl eingefüllt wurde
- Schmierstoffanbieter verstehen sich als Partner des Handels
- Das Schmierstoffvolumen stabilisiert sich für Autohaus und Werkstatt
- Verbrauchermärkte verabschieden sich vom Ölgeschäft
- Der Synthetiköl-Verkauf lässt sich weiter ausbauen
- Kein aktuelles Öl kann alle Spezifikationen abdecken
- Das Nachfüllgeschäft bietet das meiste Potenzial für Wachstum
- Ein gutes Ölgeschäft hängt von der professionellen Umsetzung im Betrieb ab
- Wer sein Ölgeschäft steigern will, sollte seine Mitarbeiter/Innen daran beteiligen

Leitsätze zur Ölberatung

- Motoröle unterliegen bei allem Fortschritt immer noch einer gewissen Abnutzung und müssen nach einem bestimmten Zeitraum gewechselt werden.
- Ein Nachfüllen von frischem Motoröl genügt nicht.
- Die vom Fahrzeughersteller vorgegebenen Ölwechselintervalle sind unbedingt einzuhalten. Experten empfehlen einmal pro Jahr einen Ölwechsel. Bei Longlife-Ölen alle 20.000 bis 30.000 Kilometer oder alle zwei Jahre. So lebt der Motor länger, verbraucht weniger Sprit und weniger Öl. Außerdem kann die volle Leistung des Fahrzeugs ausgeschöpft werden.
- Unterschiedliche Motorkonzepte fordern unterschiedliche Qualitäten. Die Automobilhersteller geben daher die notwendige Klassifikation und Spezifikation vor. SAE, API, ACEA-Spezifikation bzw. eigene Prüfnormen.
- Motoröle für das gleiche Motorkonzept lassen sich mischen. Auch synthetische mit mineralischen. Leistungsmerkmale beachten! Das Nachfüllen von höherwertigem Öl ist problemlos.
- Vollsynthetische Öle bedeuten besseren Kaltstart, weniger Verschleiß, besseren Schmierfilm. Diese Leichtlauföle liegen meist in den SAE-Bereichen 0W-20, 0W-30, 0W-40 und 5W-30. Diese kraftstoffsparenden Motoröle zeigen im Kurzstrecken-verkehr ein Potenzial von vier bis sechs Prozent, auf der Autobahn bis zu zwei Prozent.
- Die Wechselintervalle sollten nicht durch höherwertiges Motoröl verlängert werden, da die konstruktiven Voraussetzungen fehlen.
- Der Austausch des Ölfilters ohne Austausch des Motoröls ist nicht zu empfehlen. Ein neuer Filter ändert nichts daran, dass das Öl altert und die Additive abgebaut werden.
- Sämtliche Automobilhersteller lehnen Ölzusätze ab.
- In verschlossenem Originalgebinde kann Öl drei bis fünf Jahre gelagert werden. Angebrochene Gebinde sollten eine Lagerzeit von einem halben Jahr nicht überschreiten.
- Die Einhaltung vorgegebener Serviceintervalle und damit Ölwechselintervalle sind bei allen Autoherstellern Bestandteil der Garantie.

Quelle: AUTOHAUS



Erwin Wagner
Marketingagentur
für die Automobilwirtschaft

Niedernhart 1 a / 94113 Tiefenbach/Passau

Telefon 0049 (0) 8546 975 81 50

Telefax 0049 (0) 8546 975 81 51

Mail info@mdw-wagner.de

Web www.mdw-wagner.de



Zur Anmeldung

Kostenloser Aftersales-Newsletter
von Erwin Wagner:

<https://www.mdw-wagner.de/newsletter.htm>