

Profi Service Tage 2010

Branchenticken

Alle zwei Jahre führt Coparts eine Leistungsschau durch. Zur dritten Veranstaltung nach 2006 und 2008 kamen Anfang Oktober 200 Aussteller und 6.500 Besucher nach Göttingen.

Es gab viel Neues zu berichten – aus diesem Grund hat der Autoteilehändler Coparts kurzerhand einen Vorführsaal im Göttinger Lichtspielhaus Cinestar gemietet. Am Vorabend der Eröffnung der Profi Service Tage 2010 stellte das Unternehmen dort die eigenen Messe-Schwerpunkte gewissermaßen in einer kompakten Preview vor. Eigene Leistungsschauen gehören heute zum

guten Ton – jeder Teilegroßhändler hat mindestens eine eigene Hausmesse und führt dies jährlich, spätestens aber alle zwei Jahre durch. Einigermassen zentral gelegen, hat sich Coparts für Göttingen als Standort und einen zweijährigen Rhythmus entschieden. Die Premierveranstaltung des Essener Handelshauses fand im Jahr 2006 statt. Am ersten Oktober-Weekend luden Coparts-Gesellschaf-

ter und Industriepartner zur dritten Leistungsmesse. Das Angebot lockte rund 6.500 Besucher an beiden Messetagen in das Göttinger Kulturdenkmal Lokscheunen nahe dem Hauptbahnhof. Vor allem der Samstag war laut Coparts-Geschäftsführer Ulrich Wohlgemuth stark besucht. Sehr zufrieden seien die Aussteller mit den guten Umsatzzahlen. Ursächlich dafür war der eigenen Einschätzung zufolge in erster



Bilder: Coparts, Schachtner

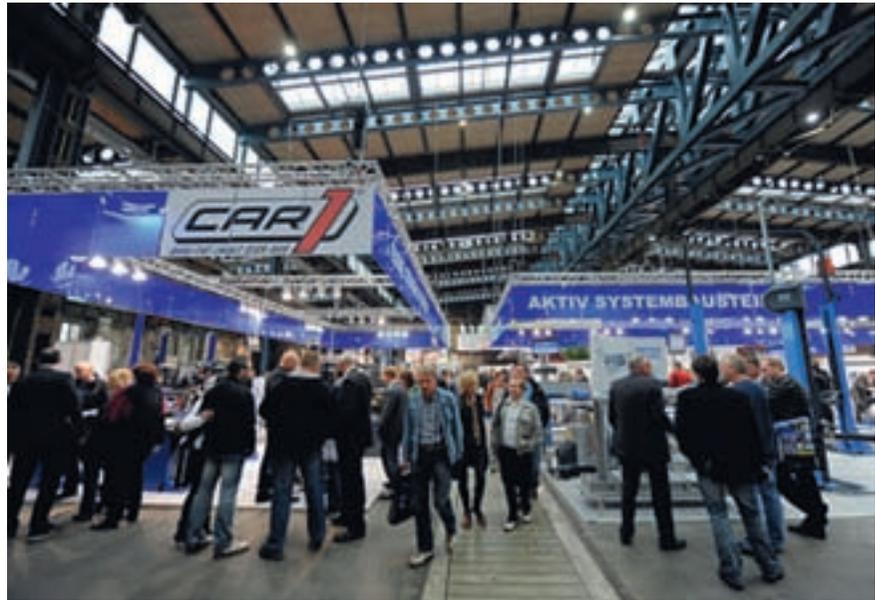


Coparts TV ist ein aktuelles Angebot für Partner. Damit werden eigene Imagefilme im Showroom ausgestrahlt

Linie eine attraktive Programmgestaltung. Das Handelshaus will sich von anderen Ausstellungen absetzen und legt mehr Wert auf die Aspekte Austausch und Know-how. Die Werkstattpartner sollen demnach weniger mit Showeinlagen und Eventcharakter geködert werden. Der Name Profi Service Tage und der Slogan „Wissen, wie die Branche tickt“ kündigte es schon an, die Coparts-Messe richtet sich zuvorderst an Fachkräfte und stellt weniger eine Gelegenheit zum Familienausflug mit Kind und Kegel dar. Ulrich Wohlgemuth erläuterte: „Die Vielfalt an Ausstellern, die Anzahl an Produkt-Highlights brandaktuell von der Automechanik bis wie im Besonderen die hohe Sachkundigkeit unseres Fachpublikums war beeindruckend. Hier trafen Profis auf Profis. Wer nicht darauf hat was verpasst und sich selbst um die Chance gebracht, sich zu bewegen und zu entwickeln.“

Imagefilme im Showroom

Im Mittelpunkt der Messepräsenz standen die Werkstattssysteme Profiservice Werkstatt, Coparts Plus System, Top Truck Service und Autoexcellent. Werkstattpartner konnten sich auch über neue, sogenannte Aktiv-Systembausteine wie Travel 55, Coparts TV, Imagefilme sowie neue Features des Teilekatalogs informieren. Mit Travel 55 verfügen Systempartner ab sofort über ein Marketing-Instrument, mit dem sie ihren Kunden ab



Rund 180 Aussteller lockten rund 6.500 Besucher in die Lohhalle nach Göttingen. Im Fokus der Profi Service Tage 2010 stand Werkstatt-Equipment der Eigenmarke Car1. Darüber hinaus interessierten sich die Besucher für die neuen Systembausteine

einem gewissen Einkaufsvolumen Reise-gutscheine im Wert von 50 Euro zum Einkaufspreis von fünf Euro anbieten können. Durch den Baustein Internet-Image-Film erhalten Systempartner die Möglichkeit, Leistungen in Bewegtbildern festzuhalten und auf der eigenen Homepage auszustrahlen. Darüber hinaus hält die Systemzentrale eine weitere Möglichkeit bereit, die verkaufsfördernden Videos einzusetzen: Das Tool Coparts TV beinhaltet ein Abspielgerät, das sich gut sichtbar im Wartebereich oder hinter der Verkaufstheke aufstellen lässt und Kunden während der Wartezeit informieren soll. Handelspartner können damit aktuelle Werbespots und Präsentationen von Industriepartnern ausstrahlen, um Kaufanreize beim Autofahrer zu wecken. Auch der Teilekatalog Coparts Online präsentierte sich überarbeitet und wurde um die Informationen Verfügbarkeit und Arbeitswerte ergänzt. Ebenfalls neu ist eine Schnittstelle zu DAT-Daten.

Weiteres Highlight: Im Profi Cinema Center präsentieren die Partner AVL DiTest, Tecnotest sowie Texa und Hella Gutmann ihr Know-how zur Diagnose-technik bzw. den Service an Elektro- und Hybridfahrzeugen. Durch die Vorführungen sollte den Werkstattpartnern ein Einblick in die Zukunft des Service ermöglicht werden. Einmal stellten die

Hersteller anhand von Live-Demonstrationen an Fahrzeugen die neueste Gerätegeneration vor. Zum zweiten widmete sich ein Expertentalk den Themen Diesel-AU und Elektromobilität. Fachleute debattierten dabei über gewohnte Arbeitsabläufe und prozessierbare Servicealltag und skizzierten zukünftige Entwicklungen. In diesem Zusammenhang erhielten die anwesenden Servicekräfte wichtige Tipps zum Umgang mit neuer Technologie.

Neue Geräte bei Car1

Ein besonderer Schwerpunkt lag auf neuem Werkstattequipment der Eigenmarke Car1. Diese Produktpalette wurde systematisch erweitert und verfeinert, so Coparts. Neben Ölen und anderen Verbrauchsmaterialien gehören auch Geräte und Ausrüstungen zum Programm. „Moderne Werkstattausstattungsgeräte helfen einem modernen und rationellen Werkstattbetrieb durch eine Optimierung der Arbeitsabläufe in der Praxis. Hoch-

wertige Arbeitsgeräte sparen Zeit – und Zeit ist Geld, gerade im Werkstatt-Alltag“, so Matthias Büscherhoff, Bereichsleiter Werkstatt-einrichtung bei Coparts.

Martin Schachtner

Mit dem Marketing-Tool Travel 55 können Werkstätten Kunden Reiseprämien anbieten

