

ZF und TRW verschmelzen zum zweitgrößten Aftermarket-Anbieter

Von Walther Wuttke

Vor und einem Jahr verkündeten sie ihre Hochzeit, und jetzt zeigen sich die beiden Partner zum ersten Mal gemeinsam in der Öffentlichkeit und stellen gleichzeitig die Weichen für ihre gemeinsame Zukunft. ZF, der global agierende Technologiekonzern, und TRW, führender US-amerikanischer Automobilzulieferer, stellen auf der Automechanika im September in Frankfurt ihre gemeinsame Aftermarket-Organisation vor, mit der das Unternehmen zum weltweit zweitgrößten Anbieter in diesem Bereich wachsen wird. Am 1. Januar 2017 geht die neue Organisation an den Start.

Dabei versteht sich die neue Service-Organisation nicht allein als Lieferant von mechanischen Teilen, um das Auto weiter mobil zu halten, sondern als Teil der digitalisierten Werkstatt. Dank einer intelligenten Vernetzung von Diagnosesystemen mit Komponenten und Werkzeugen verändern sich die Werkstattabläufe. Das Auto teilt sich in Zukunft selbst mit und will verstanden werden. Basis für diesen Informationsaustausch ist das digitale Systemkonzept Openmatics, das ZF als herstellerunabhängige Telematik-Lösung auf dem Markt platziert hat. Dank der offenen Systemarchitektur kommuniziert Openmatic mit allen Fahrzeugsystemen und liefert so die optimale Basis für ein Online-Diagnosesystem. Zusätzlich lässt sich auch die Connectivity-Lösung „deTAGtive logistics“ in das Fahrzeug integrieren, um so Flottenbetreibern die Steuerung der einzelnen Fahrzeuge und Waren zu ermöglichen. Auf diese Weise können Unternehmen die Logistikabläufe optimieren, was sich am Ende in geringeren Verbrauchswerten und geringeren Transitzeiten auszahlt.

Die digitale Vernetzung wird zusammen mit der E-Mobilität auch die Dienstleistungswelt deutlich verändern, und da „liefern wir unseren Kunden nicht nur einzelne Komponenten, sondern komplette Lösungsansätze, die zu vollkommen neuen Wartungs- und Reparaturprozessen führen“, erklärt Helmut Ernst, zukünftiger Leiter der neuen ZF-Aftermarket-Organisation. Die freien Werkstätten stehen bei der Kundschaft hoch im

Kurs – vor allem, wenn das Fahrzeug die ersten fünf Jahre hinter sich gebracht hat. Außerdem sind diese Betriebe in den vergangenen Jahren wesentlich professioneller ausgerichtet, was seine Ursache unter anderem in Konzepten wie ZF Services pro Tech hat. Bisher nutzen insgesamt 5300 freie Werkstätten dieses Angebot, bei dem die Betriebe gegen eine Gebühr Zugriff auf fahrzeugspezifische Montagehinweise für die unterschiedlichen Baugruppen bekommen. Wenn das nicht reichen sollte, steht den Werkstätten zusätzlich eine telefonische Produkthotline und ein Helpline über E-Mail zur Verfügung. Das zusätzliche Modul plus umfasst unter anderem eine Vorort-Betreuung und Schulungen.

Ein Höhepunkt auf dem ZF-Automechanika-Messestand wird das lokal emissionsfreie Advanced Urban Vehicle (AUV) sein, mit dem das Technologie-Unternehmen demonstriert, welches Potenzial entsteht, wenn Fahrwerk-, Antriebs- und Fahrassistenzsysteme vernetzt miteinander kommunizieren können. Das Fahrassistenzsystem zum Beispiel nutzt Informationen der Infrarot- und Ultraschallsensoren sowie der Rückfahrkamera, um einen geeigneten Parkplatz zu ermitteln. Das Parken kann dann von außen über ein Smartphone gesteuert werden. Um dem „Urban“ in seiner Bezeichnung gerecht zu werden, nutzt das AUV ein neuartiges Vorderachskonzept, das einen Einschlagwinkel von 75 Grad ermöglicht, was sich wiederum in einer ausgeprägten Wendigkeit und Lenkkontrolle niederschlägt. Der Antrieb der Hinterachse übernimmt dabei ein Elektromotor.

Dank der Übernahme von TRW hat sich das ZF-Produktportfolio deutlich ausgeweitet. Hinzu gekommen sind die Produkte für Scheiben- und Trommelbremsen sowie Antriebssysteme und Lenkung. Auch in Zukunft werden „die etablierten Marken Sachs, Lemförder, TRW, Boge und Openmatics unter dem ZF-Dach weiterhin mit der gebotenen Sorgfalt behandelt, um so ihre Individualität zu bewahren, sie weiterzuentwickeln und global zu vermarkten“, erklärt Neil Fryer, Chief Commercial Officer der neuen ZF-Aftermarket-Organisation. Denn schließlich sind „starke Produktmarken ein wichtiger Teil unserer zukünftigen Geschäftsstrategie“. (ampnet/ww)

Bilder zum Artikel



ZF Services pro Tech.



ZF-Werkstattservice.



Helmut Ernst (l.) und Neil Fryer.
