

20 000 Teile für Oldtimer vorrätig

Bosch – Autozulieferer setzt auf Traditions- und Markenpflege – Beratung im Internet

Der Laden atmet den Charme der 50er Jahre. In den Vitrinen liegen Zündkerzen, Wischerblätter und rostbraune Verteilerkappen. Die grauen Verpackungen wecken nostalgische Gefühle, Glühbirnen, Scheinwerfer und Autoradios mit Bakelit ergänzen das Bild. Das Geschäft existiert aber heute – im Düsseldorfer Oldtimerzentrum „Meilenwerk“ hat der Stuttgarter Konzern einen historischen Bosch-Warenladen mit einer Oldtimer-Werkstatt eingerichtet. Denn

ANZEIGE

KFZ-Teile & Zubehör
ATZ
Ihr Fachmarkt mit KFZ-Meister-Werkstatt

Ölwechsel
inkl. 3,5 Liter
10 W40
– gezapft –
zzgl. Ölfilter

9,95 €

... und vieles mehr!

Thule-Partner
TÜV + AU + Feinstaubplakette
ATZ-MARKT GmbH
Otto-Röhm-Straße 72
64293 Darmstadt
Telefon 0 61 51/88 02-10
www.atz-markt.de

genheit ist nicht nur komplex, sondern hat auch eine große Bedeutung für die Marke. Und Markenpflege betreiben die Automobilzulieferer heute viel intensiver als in der Vergangenheit – als Systempartner und Anbieter von Komplettlösungen der Automobilindustrie ist ihre Bekanntheit in der Öffentlichkeit auch gestiegen. Allein 14 000 historische Dokumente haben die Bosch-Traditionspfleger ins Internet gestellt. Zusätzlich bieten sie dort Beratung und Hilfe an – kein Wunder, dass die Web-Seiten der Bosch Tradition zu den am häufigsten angeklickten gehören.

Die Motorisierung der Welt ist eng mit Bosch verbunden; 1897 montierte Robert Bosch einen Magnetzünder an ein motorisiertes Dreirad; schon 15 Jahre später wurde dieser Schrittmacher der Motorisierung mehr als eine Million Mal verkauft. Bosch hilft, wo es geht: „Kürzlich haben wir ein Teil für einen BMW in Atlanta in den USA entdeckt“, sagt Stuhlweißburg. Der Autofahrer steht aber nicht unbedingt im Mittelpunkt der Bosch-Aktivitäten, denn dieser bestellt Teile ja im Handel und nicht beim Konzern direkt. Der eigentliche Kunde des Zulieferers ist der Autohersteller – kein Wunder, dass etwa das Classic-Center von Mercedes-Benz in Fellbach bei Stuttgart ein wichtiger Auftraggeber ist. „Kürzlich haben wir für das Classic-Center rund 100 Starter für die legendären 300 SL-Flügeltürer gefertigt“, sagte der Manager. Natürlich zählen auch Oldtimer-Messen und Rallies zu den Orten, an denen sich die Oldtimer-Abteilung von Bosch tummelt. Bei der Alpenfahrt Silvretta Classic, an der man mit einem Borgward teilnahm, traf der größte deutsche Zulieferer Bosch Anfang Juli auf den drittgrößten Zulieferer ZF Friedrichshafen, der ebenfalls ein Fahrzeug einsetzt. Auch ZF plant, seine Aktivitäten im Oldtimer-Markt zu verstärken, wie Sprecher Matthias Lenz sagt. Beide Unternehmen eint dabei das unbestreitbare Motto: „Ohne Ersatzteile wird kein Auto zum Oldtimer“. (Internet Bosch: www.automotive-tradition.com) dpa



Deutschlands Automobilzulieferer entdecken ihre Geschichte, im Düsseldorfer Oldtimerzentrum der Stuttgarter Konzern Bosch einen historischen Bosch-Warenladen mit einer Oldtimer-Werkstatt. Denn angesichts eines Oldtimerbooms steht die Traditions- und Markenpflege derzeit hoch im



Nostalgie pur: In einer Vitrine im Bosch-Warenladen geben sich historische Scheinwerfer ein altes Werbetafel.

Deutschlands Automobilzulieferer entdecken ihre Geschichte. Die Traditions- und Markenpflege steht angesichts eines wahren Oldtimerbooms derzeit hoch im Kurs.

Allen voran hat der weltgrößte Automobilzulieferer Bosch seit 2005 einen eigenen Classic-Bereich namens „Bosch Automotive Tradition“ (Sitz Karlsruhe) etabliert. „Wir können unseren Kunden 20 000 Produkte für Young- und Oldtimer anbieten“, sagte Leiter Lars Stuhlweißburg. Mit zehn Mitarbeitern und einem Umsatz im kleinen einstelligen Millionenbereich ist die Automotive Tradition im riesigen Bosch-Konzern (Umsatz im Automobilgeschäft 27,2 Milliarden Euro) eigentlich ein Winzling.

Doch das Geschäft mit der Vergan-