



# SERVICE UND TEILE

Nr. 03

Informationen rund um Service, Teile, Zubehör und Lifestyle für Mitarbeiter der MINI Handelsorganisation.



## INTERNATIONAL

Die Bedeutung des Service für die Marke MINI.

■ Seite 3

## TEILE UND ZUBEHÖR

Die John Cooper Tuning Kits für MINI Cooper und MINI Cooper S.

■ Seite 4



Michael Frey,  
Produktmanagement  
Zubehör

## Mehr Power, mehr Chancen

Auf die neuen Tuning Kits für den MINI Cooper und Cooper S haben viele Fans gewartet. Die von John Cooper Works (JCW) entwickelten Kits machen den MINI noch agiler und sportlicher als er ohnehin schon ist.

Niemand verkörpert MINI Tuning glaubhafter als der Name John Cooper. Er hat den Mini Cooper in den 60er Jahren erfunden, ihn zum Rallye-Sieger gemacht und zahlreiche Tuningkits entwickelt. Sein Sohn Mike führt diese Tradition heute mit hoher technischer Kompetenz fort.

Für die MINI Handelsbetriebe bringen die neuen JCW Tuning Kits zusätzliche Möglichkeiten. Zum einen natürlich ganz unmittelbar durch den Verkauf der Kits. Zum anderen durch den Einbau in der Werkstatt. Beides leistet einen wertvollen Beitrag zum Geschäftserfolg.

Darüber hinaus wird es unter der Marke JCW ein ganzes Sortiment von sehr sportlichem Zubehör für den MINI geben. Den Anfang machen 18 Zoll große Leichtmetallräder und sportliche Schalensitze. Diese Erweiterung des Geschäftsfeldes bedeutet neue Chancen, die Sie nutzen sollten.

# MINI WORLD CHALLENGE

## Das Rennen ums MINI Wissen geht weiter.

Nach vier Runden MINI World Challenge wird es auf der Zielgeraden spannend. [www.MINI-world-challenge.com](http://www.MINI-world-challenge.com) – der Kompetenz-Wettbewerb im Internet rund um das Thema MINI ist auch deshalb so verlockend, weil als Hauptpreis ein Winterfahrerlebnis am Nordpol mit dem legendären Finnen Rauno Aaltonen auf die Gewinner wartet. Momentan – soviel darf als Zwischenstand verraten werden – haben Kanada, Großbritannien und Australien die Nase vorn. Gerade dieser internationale Mix zeigt den Erfolg dieses weltweiten computerbasierten Lerninstruments.

Derzeit loggen sich alle sechs Wochen rund 700 MINI Händler ein, um ihr Wissen zu testen. Dieses teilt sich in die sechs Kategorien Marke, Produkt, Kunden, Wettbewerber, Verkaufskompetenz und Aftersales auf. Anhand der Ergebnisse aus der MINI World Challenge kann abgelesen werden, in welchen Bereichen zukünftig Trainingsbedarf besteht.

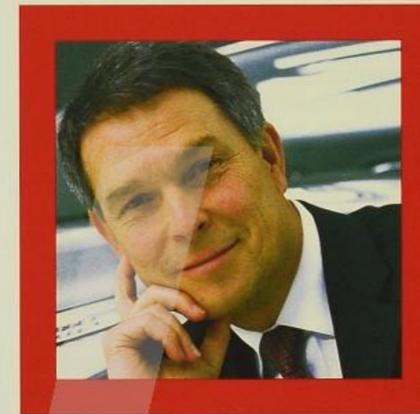
Bereits im Sommer diesen Jahres wird der MINI Knowledge Pool vorgestellt. Auf ihn wird das gesamte MINI Personal weltweit Zugriff haben. So werden „Best-Practice-Beispiele“ zu finden sein und Erfahrungsberichte von MINI Händlern aus den oben genannten sechs Kategorien. Basis hierfür werden die besten Antworten aus der MINI World Challenge bilden.

Um dieses Wissen effizient nutzen zu können, werden die einzelnen Antworten katalogisiert. Dadurch bietet der MINI Knowledge Pool der Handelsorganisation eine aktive Unterstützung bei der Suche nach innovativen Lösungen für die Förderung von Verkauf und Aftersales. ■



# „ZUNÄCHST MUSS DIE BASIS STIMMEN.“

## Wir sprachen mit dem Leiter Service der BMW Group über die Zukunft des Service allgemein und bei MINI.



**SERVICE UND TEILE:** Durch die aktuelle Produktoffensive der BMW Group kommen auf den Service große Herausforderungen zu. Wie sehen Sie vor diesem Hintergrund zukünftig die Rolle des Service?

**HANS-ULRICH LINDNER:** Wir wissen aus Langzeitstudien, dass die Bedeutung des Service für den Kunden immer stärker zunimmt. Die Bindung des Kunden über den gesamten Betreuungszeitraum wird immer wichtiger. Unser Ziel ist es, dem Kunden eine „Total Ownership Experience“ zu vermitteln, und deshalb wollen wir ihm ein Premium Service bieten.

**SERVICE UND TEILE:** Wie definieren Sie den Begriff Premium Service, was verstehen Sie darunter?

**HANS-ULRICH LINDNER:** Premium Service ist zunächst eine besondere Leistung, die auf etwas aufbauen muss. Wir müssen zuerst einmal unsere Hausaufgaben machen und dafür sorgen, dass wir die Basisleistung, die der Kunde im Service erwartet, zu hundert Prozent erfüllen. Das hört sich einfach

an, ist aber schwer getan. Dazu gehört zum Beispiel, eine Reparatur schon beim ersten Mal ordentlich und nachhaltig wirksam auszuführen. Darüber hinaus versuchen wir, dem Kunden Leistungen zu bieten, die er zunächst gar nicht erwartet. Mit diesen Leistungen, die über die Basis hinausgehen, können wir den Kunden emotional ansprechen und positiv überraschen. Wir arbeiten daher an Zusatzleistungen, die für den Kunden von hohem Nutzen und Erlebniswert sind.

**SERVICE UND TEILE:** Wo werden die Schwerpunkte in der praktischen Umsetzung dieser Ziele liegen?  
**HANS-ULRICH LINDNER:** Zunächst einmal steht die BMW Group für herausragende technische Kompetenz. Aber diese technische Kompetenz allein wird in Zukunft nicht genügen. Wir brauchen zusätzlich eine hohe soziale Kompetenz, vor allem dort, wo wir dem Kunden direkt gegenüberstehen, also bei unseren BMW und MINI Händlern. Wir müssen noch stärker auf die Wünsche und sogar die aktuelle Stimmung des Kunden eingehen können, damit der Kunde sich wirklich ernst genommen fühlt und den Eindruck hat, dass man seinem Bedürfnis eine entsprechend hohe Aufmerksamkeit schenkt. Das sind Qualitäten, die wir heute noch nicht genug im Vordergrund haben, wenn wir unsere Service Berater und Techniker schulen. Ich denke, darauf müssen wir, neben exzellentem Technikwissen, in Zukunft noch mehr Wert legen.

**SERVICE UND TEILE:** Werden die einzelnen Märkte diese Aufgabe selbst übernehmen?

**HANS-ULRICH LINDNER:** Sehen Sie,

die Umsetzung kann doch nur dezentral in den Märkten und in der Handelsorganisation erfolgen. Die Zentrale sollte aber gewisse Vorgaben – Guidelines – entwickeln, welche die Märkte unterstützen und die Markenwerte einheitlich in der Welt festigen. Allerdings gibt es kulturspezifische Unterschiede, auf die wir Rücksicht nehmen müssen: Jemand, der in Japan in ein Autohaus geht, wird sicher ganz anders behandelt werden wollen als ein Amerikaner oder ein Kunde in Finnland. Wir versuchen, dafür entsprechende Profile herauszuarbeiten. Diese länderspezifischen Serviceprofile sollen einerseits zu unseren Marken passen und andererseits die Ansprüche unserer Kunden erfüllen.

**SERVICE UND TEILE:** Viele Händler betreuen BMW und MINI Fahrzeuge. Wird es für beide Marken getrennte Service-Konzepte oder einen einheitlichen Standard geben?

**HANS-ULRICH LINDNER:** Hier möchte ich noch einmal Bezug nehmen auf die Service-Eigenschaftsprofile, die wir derzeit entwickeln. Ich gehe davon aus, dass ein MINI Kunde eine andere Behandlung im Service erwartet als ein 760i Kunde und andere Prioritäten im Leistungsprofil setzt. Ich denke, dass es mittelfristig zumindest am Point of Service, also beim Service Berater, Unterschiede geben wird zwischen MINI und BMW. Bei allem, was dann „behind the curtain“ passiert, was der Kunde nicht wahrnimmt, werden wir natürlich mehr auf Effizienz achten und alle Marken gemeinsam betreuen. Im Moment ist der Bestand der MINI Fahrzeuge aber noch nicht so groß, dass sich ein eigener MINI Service Berater in einem Händlerbetrieb rechnet. ■

# EIN NAME IST PROGRAMM

## John Cooper Works Tuning Kit für Cooper und Cooper S.

Der Name Cooper gehört untrennbar zum MINI. Der große Rennwagenkonstrukteur John Cooper holte zwei Formel-1-Weltmeisterschaften und machte in den Sechzigerjahren den Mini zum dreifachen Sieger der Rallye Monte Carlo. Die Serienversionen Mini Cooper und Cooper S begründeten den legendären Ruf des kleinen Sportlers.

Unter der Marke John Cooper Works (JCW) führt sein Sohn Mike diese Geschichte mit dem neuen MINI jetzt weiter. Für den MINI Cooper und den Cooper S wurden in Kooperation von BMW Group und JCW zwei Tuning Kits entwickelt, die es in sich haben: Der Tuning Kit für den MINI Cooper beinhaltet einen modifizierten Zylinderkopf mit höherer Verdichtung, eine veränderte Motorelektronik sowie einen speziellen Luftfilter. Dadurch steigt die Leistung von 115 auf 126 PS, das Drehmoment von 149 auf 155 Nm.

Mehr Power für den MINI: Ein modifizierter Zylinderkopf und beim Cooper S ein neuer Kompressor heben zusammen mit weiteren Abstimmungsmaßnahmen Leistung und Drehmoment deutlich an.

Beim Cooper S wird ein noch leistungsfähigerer und höher drehender Kompressor sowie ebenfalls ein modifizierter Zylinderkopf eingesetzt. Beides bringt eine Mehrleistung von 37 PS, so dass der Cooper S in JCW-Ausführung auf volle 200 PS kommt. Das Drehmoment wird von 210 auf 240 Nm angehoben. Damit beschleunigt der modifizierte Cooper S in 6,7 Sekunden von 0 auf 100 km/h und erreicht eine Spitze von 226 km/h.

Das Motormanagement wird bei beiden Varianten den neuen Leistungsdaten angepasst. Ein spezieller, in der Abgasführung optimierter Nachschalldämpfer sorgt ebenfalls bei beiden Versionen für einen akustisch entsprechend kraftvollen Auftritt. JCW-Embleme und die lackierte Motorabdeckung setzen optische Signale. Mit der fortlau-

Komplettes Programm: Unter dem Label JCW wird es in Zukunft ein umfangreiches Sortiment an sportlichem Zubehör geben. Den Anfang machen Rennschalen-sitze, die maximalen Seitenhalt und Durchführungen für 4-Punkt-Gurte bieten.

Möglichkeiten zur Entfaltung: Als Basis für Tuningmaßnahmen ist der MINI seit Jahrzehnten beliebt. John Cooper Works und die BMW Group bieten nun hochwertige Komponenten an, die den Qualitätsstandard der Serienteile voll erfüllen.

fenden Nummerierung der Kits auf der Motorplakette und einem beigefügten Zertifikat wird die Einzigartigkeit der Tuningmaßnahmen dokumentiert.

Die Tuning Kits von Mike Cooper erfüllen die hohen Anforderungen der BMW Group. Das gilt vor allem für die Dauerhaltbarkeit, die Beeinflussung von anderen Fahrzeugkomponenten und die Erfüllung der gesetzlichen Vorschriften. Das konsequente technische Gesamtkonzept führte dazu, dass die Tuning Kits auch die extremen Dauererprobungen der BMW Group erfolgreich bestanden haben.

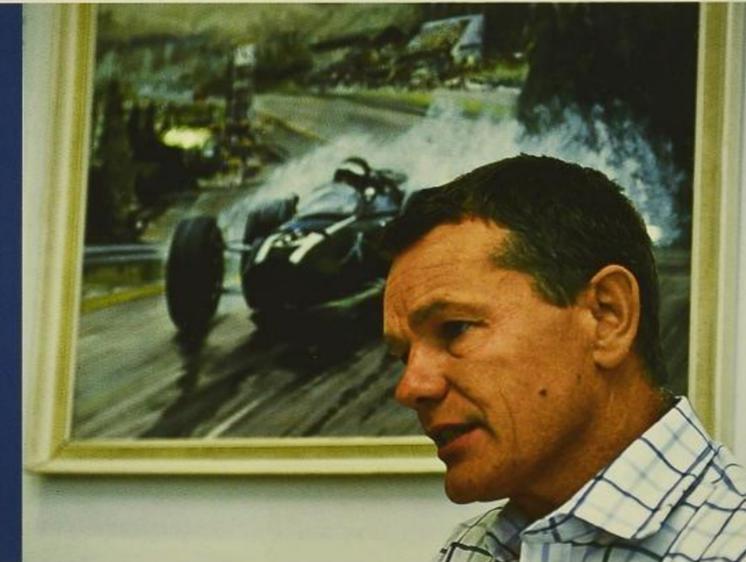
Die gesetzlichen Richtlinien der Normen in Europa, Japan und USA werden nach Einbau der Kits eingehalten, die entsprechenden Herstellerbescheinigungen werden mitgeliefert. Je nach landesspezifischer Regelung muss das Fahrzeug einem amtlich anerkannten Sachverständigen oder Gutachter vorgeführt werden, der den Eintrag in die Fahrzeugpapiere vornimmt. Die Leistungssteigerung ist der Versicherungsgesellschaft des Fahrzeughalters zu melden. Der Einbau der JCW Tuning Kits ist allerdings aus zulassungs- und garantierechtlichen Gründen nur im Gesamtumfang möglich. Einzelteile dür-

fen nicht verbaut werden. Die einzige Ausnahme ist der Sportnachschalldämpfer für den MINI Cooper.

Die Tuning Kits für MINI Cooper und MINI Cooper S werden durch die BMW Group weltweit exklusiv als Nachrüstvarianten vertrieben. Neben diesen Kits sollen unter dem Label JCW noch weitere sportliche Zubehörprodukte wie Leichtmetallräder und Schalensitze angeboten werden. JCW Produkte werden wie Original MINI Teile und Zubehör über den Teile-Distributionsweg vertrieben. Die Teilenummern sind im ETK publiziert. Die Garantie der JCW Produkte entspricht der im jeweiligen Markt geltenden Garantiedauer für Fahrzeuge beziehungsweise Teile und Zubehör. Die Garantie für das Fahrzeug bleibt nach Einbau eines Tuning Kits erhalten – vorausgesetzt, die erforderlichen Serviceintervalle werden eingehalten. Die Intervalle selbst bleiben auch nach dem Einbau der Tuning Kits unverändert.

Wichtig ist, dass die Nummer des Tuning Kits zusammen mit dem Einbaudatum und der Fahrgestellnummer des Fahrzeugs vom Händler auf dem mitgelieferten Zertifikat registriert werden. Eine Kopie muss über die BMW Group Vertriebsgesellschaft oder den MINI Importeur an die Zentrale in München weitergeleitet werden.

Ein Name mit großem Klang: Mike Cooper führt heute den Betrieb und die Tradition seines Vaters John Cooper fort. Der Name Cooper steht seit 50 Jahren für erfolgreiche Rennwagen und professionelles Tuning.



## Sportwerbung

Neue Maßnahmen für mehr Umsatz bei sportlichem Zubehör.

Für die Bewerbung von sportlichem Zubehör wurde für den MINI ein ganz besonderes Medium kreiert: der manuelle Konfigurator. Er zeigt die Vielfalt, mit der ein MINI durch Aerodynamikpakete, sportlichere Räder und einige andere Komponenten noch dynamischer und attraktiver wird.

Mit dem manuellen Konfigurator wird der Phantasie auf die Sprünge geholfen. Er besteht aus Abziehbildern, die das sportliche Zubehör zeigen. Sie sind im Neuwagenprospekt platziert und setzen die Produkte auf originelle Weise in Szene - selbstverständlich ohne das Primärprodukt in den Schatten zu stellen. Der manuelle Konfigurator soll Kunden anregen, sich verstärkt mit dem Thema des sportlichen Zubehörs auseinander zu setzen. ■

## VIELSEITIGER BEGLEITER

### Navigationssysteme mit DVD-Technik bieten viele Vorteile.

Mit der neuen digitalen Straßenkarte können die Navigationssysteme eines MINI auf eine noch umfassendere Datensammlung zurückgreifen als mit den früheren CD-Versionen. 4,4 Millionen Straßenkilometer sind auf der neuen DVD erfasst. So deckt allein diese DVD neben allen westeuropäischen Ländern auch zwei Staaten des ehemaligen Ostblocks ab: die Tschechische und die Slowakische Republik.

Die digitale Straßenkarte bietet nicht nur statische Angaben wie Straßen und Points of Interest (POI), sondern erlaubt den Navigationssystemen auch den Zugriff auf dynamische Informationen wie die speziellen RDS/TMC-codes (Radio Data System/Traffic Message Channel). Anhand dieser Daten, die mittlerweile für Belgien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Österreich, Schweden, die Schweiz und die Niederlande erhältlich sind, lassen sich Verkehrsbehinderungen vorausschauend umfahren. Die Informationen der neuen digitalen Straßenkarte sind in Kategorien untergliedert, die alles abdecken, was für Geschäftsreisende und Urlauber von Interesse ist. Übernachtungsmöglichkeiten und Restaurants sind ebenso aufgeführt wie Sehenswürdigkeiten. Darüber hinaus erleichtern praktische Orientierungshilfen wie Hinweise auf „Insider-Tipps“ oder spezielle „Attraktionen“ die Auswahl.

Insgesamt liefert die DVD Informationen zu 30 000 Hotels in ganz Europa, die nach unterschiedlichen Komfortstufen unterteilt sind – von „gut bürgerlich“ bis „Luxus“. Sämtliche Attribute, die auf die Qualität des Hotels hinweisen, lassen sich abrufen: Preise, Zimmerzahl

und -ausstattung ebenso wie Anmerkungen zum Preis-Leistungs-Verhältnis oder zur Lage. Ähnlich informativ ist die Liste der über 25 000 Restaurants.

Zudem sind beispielsweise 2000 öffentliche Golfplätze mit ausführlichen Auskünften über das jeweilige Leistungsangebot erfasst. Zahlreiche detaillierte Hinweise auf Shopping-Möglichkeiten, Attraktionen und die Kneipen- oder Discothekenlandschaft der großen und touristisch interessanten europäischen Städte runden die Freizeit-Informationen ab. ■



## VIELFALT IN FARBE

### Die Wasserbasislacke der BMW Group sind nicht nur umweltverträglich und bieten eine exzellente Leistung, sondern sie sind auch für die Werkstätten im hohen Maß wirtschaftlich.

Der hohe Anspruch, den die BMW Group an ihre umweltfreundlichen Wasserbasislacke stellt, bekommt derzeit eine besondere Aktualität. Aufgrund der neuen VOC-Richtlinien (Volatile Organic Compounds, flüchtige organische Bestandteile) in Europa und Nordamerika fällt den Wasserbasislacken eine Vorreiterrolle zu: Sie entsprechen bereits heute allen Gesetzesvorhaben zu VOC und sind damit ihrer Zeit voraus.

Das HydroColor System ist einfach anzuwenden. Der gesamte Arbeitsablauf geschieht in leicht überschaubaren Schritten. Die Mischungsformel ist mit einem Verhältnis von 2:1 identisch mit der für konventionelle Lacke. Zudem lassen sich Mischlack und Basisfarben schnell und zuverlässig homogenisieren. Auch die grundsätzliche Spritztechnik ist die gleiche wie bei konventionellen Basislacken, und sogar das Arbeitsumfeld bleibt unverändert. Damit sind

keine zusätzlichen Investitionen erforderlich.

Der große wirtschaftliche Vorteil ergibt sich zum einen aus der signifikanten Zeitersparnis. Das betrifft die kurzen Spritz- und Abluftzeiten. Auch die Kabinenstandzeiten fallen kürzer aus. Zum anderen beruht die Wirtschaftlichkeit auf einer nennenswerten Materialersparnis. So besitzen die Wasserbasislacke eine hohe Deckkraft. Ohnehin wird nur ein geringer Anteil an Basisfarbe für die spritzfertige Mischung

benötigt. Die Verarbeitung mit der HVLP-Pistole sorgt für eine weitere Materialersparnis.

Doch auch im Bereich der Qualität bietet dieses Lackiersystem entscheidende Pluspunkte. Hier sprechen vor allem die Ergebnisse der Lackierung für sich. Das betrifft die reine Lackqualität genauso wie die hohe Farbtonstabilität. Speziell die Farbton- und Effektabgleichung fällt hervorragend aus. Ebenso ist die Sicherheit am Arbeitsplatz dank geringer Lösungsmittelmengen ein weiterer Vorteil der Wasserbasislacke.

Das HydroColorSystem zeichnet sich zudem durch die hervorragende mechanische, chemische und physikalische Beständigkeit aus. Dazu kommt die ausgezeichnete Lagerstabilität der Basisfarben. Diese beträgt fünf Jahre. Gleichzeitig reduziert sich das Entsorgungsvolumen um 95 Prozent im Vergleich zu lösungsmittelhaltigen Systemen. Auch lassen sich die Farbtöne aller Fahrzeughersteller weltweit mit diesem Farbsystem reproduzieren. ■



Große Vielfalt: Das HydroColorSystem bietet für alle Situationen und Erfordernisse die richtigen Produkte. Sie sind nicht nur in hohem Maße umweltfreundlich, sondern auch äußerst wirtschaftlich.

# BMW AG

## IMPRESSUM

**SERVICE UND TEILE** erscheint viermal jährlich und wird an die Service- und Teilevertriebsmitarbeiter der MINI Handelsorganisation weltweit versandt.

**Herausgeber:** Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft, Aftersales Kommunikation, VT-A-4, D-80788 München

**Objektleitung:** Helmut Baumgartner, VT-A-4

**Redaktion und Produktion:** HörnerWieland, Gewerbepark 13, D-83052 Bruckmühl

Nur für den internen Gebrauch in der MINI Handelsorganisation. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der BMW AG, VT-A-4. 07/03, 14 000