

Pressemitteilung

Stuttgart, 22. Juli 2020

Alternative Antriebstechnologien sind Chance für Werkstätten und Handel

- MAHLE Aftermarket unterstützt Kunden bei der Erschließung künftiger Geschäftsfelder
- Thermomanagement für E- und Hybridautos wird immer wichtiger und bietet großes Geschäftspotential für Werkstätten
- Neue Filtersysteme für saubere Fahrzeug-Innenräume, für Autos mit alternativen Antrieben, das Luftmanagement von Brennstoffzellen oder für die weltweit unterschiedlichen Kraftstoffqualitäten
- Neuentwicklungen für die hygienische Reinigung von Fahrzeuginnenräumen zum Schutz vor Infektionen
- MAHLE Aftermarket hat Umsatz in 2019 auf 950 Millionen Euro gesteigert und ist in anspruchsvollem Umfeld weiter gewachsen

MAHLE sieht im Mobilitätswandel und der Transformation der Automobilindustrie große Chancen und neue Geschäftsfelder für die Werkstätten. Besonders das Thermomanagement wird nach Einschätzung von Olaf Henning, Geschäftsführer von MAHLE Aftermarket, angesichts der zunehmenden Zahl von E- und Hybridfahrzeugen weiter an Bedeutung gewinnen. Aber auch neuartige Filtersysteme oder Neuentwicklungen für die hygienische Reinigung von Fahrzeuginnenräumen zum Schutz gegen Infektionen stehen auf der Innovationsliste des auf Ersatzteile und Werkstattausrüstung spezialisierten Geschäftsbereichs des MAHLE Konzerns. Das Unternehmen bietet passgenaue Ersatzteile und zugeschnittene Werkstattlösungen an – und zwar für die gesamte Bandbreite klassischer und alternativer Antriebsarten. Mit Erfolg: MAHLE Aftermarket hat 2019 trotz eines wirtschaftlich anspruchsvollen Marktumfeldes seinen Umsatz um 2,4 Prozent auf 950 Millionen Euro gesteigert und seine globale Präsenz weiter ausgebaut.

„Die Arbeit in den Werkstätten wird sich, angesichts der sich diversifizierenden Fahrzeugflotte, massiv verändern. Der Einzug alternativer Antriebstechnologien in die Werkstätten muss nach unserer Auffassung aber keinesfalls als Bedrohung

für deren Geschäft gesehen werden. Im Gegenteil – wir sehen eine Reihe neuer Geschäftsfelder, die den Unternehmen neue Chancen und Möglichkeiten bieten“, sagte Olaf Henning, Mitglied der MAHLE Konzernleitung und Leiter des Geschäftsbereichs Aftermarket, am Mittwoch in Stuttgart. „Wenn die freien Werkstätten sich diesem Wandel stellen, sind wir der richtige Partner an ihrer Seite.“

Die Herausforderungen sind vielfältig: Durch die zunehmende Vielfalt der Antriebstechnologien im Markt wird die Anzahl der benötigten Ersatzteile und Servicegeräte rapide ansteigen. Auch der Anteil modularer Bauteile im Fahrzeug, die vielfältige Funktionen in sich vereinen, nimmt kontinuierlich zu. Dies erfordert eine breitere Palette an Werkzeugen und Servicegeräten sowie mehr Aus- und Weiterbildung der Werkstattmitarbeiter.

MAHLE Aftermarket profitiert vom technologieoffenen Ansatz des Konzerns, der im Rahmen seiner dualen Strategie Produkte sowohl für die klassischen als auch für alle alternativen Antriebsarten entwickelt. Damit ist MAHLE Aftermarket in der Lage, Werkstätten und Großhandel mit einem umfassenden Angebot an notwendigen Ersatzteilen, Servicelösungen sowie Dienstleistungen zu versorgen, die ihnen ermöglichen, die neuen Potenziale der Zukunft zu erschließen.

So hat sich MAHLE mit der Übernahme der Mehrheitsanteile von Behr Hella Services zum 1. Januar 2020 verstärkt, um die Werkstätten im Bereich Thermomanagement noch gezielter ausstatten und unterstützen zu können.

Auch beim Thema Filtration hat sich MAHLE Aftermarket in den vergangenen Jahren noch breiter aufgestellt und ist führend in den Bereichen Sauberer Innenraum oder Luftmanagement von Brennstoffzellen. Speziell für Fahrzeuge mit Brennstoffzellenantrieb hat MAHLE neue Hochleistungsfilter entwickelt, die neben Partikeln auch Schadgase wie Schwefeldioxid, Ozon, Stickoxide oder Ammoniak zuverlässig abscheiden, um eine Beschädigung der Zelle zu vermeiden. Hier sieht MAHLE mittelfristig nennenswerte Servicevolumina für die Werkstätten.

MAHLE verfügt schon heute über ein Portfolio von über 300 Filtern speziell für Fahrzeuge mit alternativen Antrieben, das entlang der Markt- und Flottenentwicklung weiter ausgebaut werden soll. Eine Herausforderung, der sich vor allem der Großhandel stellen muss, ist das Thema Kraftstoffqualität. Denn die Motoren werden zunehmend komplexer und damit auch empfindlicher. Als global agierender Konzern arbeitet MAHLE gezielt daran, seinen internationalen

Kunden die jeweils regional ideale Filterlösung anzubieten. MAHLE Aftermarket hat dafür die neuen Filter CleanLine und CleanLine+ entwickelt, die weltweit in zwei Varianten erhältlich sind. Die einstufige Variante filtert Schmutzpartikel und Wasser in einem Schritt. Die leistungsfähigere, zweistufige Variante filtert in zwei getrennten Schritten zunächst den Schmutz und dann über ein synthetisches Gewebe das Wasser. Auf diese Weise können die empfindlichen Einspritzsysteme vor Beschädigungen geschützt werden. Das geschieht günstig und einfach in der je nach regionaler Kraftstoffqualität nötigen Ausführung.

Darüber hinaus baut MAHLE Aftermarket seinen Geschäftsbereich für Werkstattausrüstung „Service Solutions“ kontinuierlich weiter aus, um etwa in enger Kooperation mit den Fahrzeugherstellern den Werkstätten eine sichere und wirtschaftliche Fahrzeugdiagnose und -wartung zu ermöglichen. Besonders relevant sind hier die Neuentwicklungen von MAHLE zur Kalibrierung von Fahrassistenzsystemen, für den wichtiger werdenden Klimageservice, den Getriebeölservice sowie für die hygienische Reinigung von Fahrzeuginnenräumen zum Schutz vor Infektionen. Mit dem neuen Ozongerät OzonePRO erweitert MAHLE Aftermarket seine Palette an Servicegeräten um ein Produkt zur hygienischen Reinigung von Pkw, Bussen und Nutzfahrzeugen. Gerade in den aktuellen Zeiten kann das Gerät etwa für Autovermieter und Logistikdienstleister hilfreich sein. Sie können damit sicherstellen, dass ihre Fahrzeuge mit einem keim- und geruchsfreien Innenraum an die Kunden übergeben werden. Neben Fahrzeugen ist das Gerät ebenfalls für den Einsatz in Hotelzimmern oder Geschäftsräumen geeignet.

MAHLE Aftermarket entwickelt fortlaufend sein Weiterbildungsprogramm für die Werkstätten weiter. Im Mittelpunkt stehen dabei nicht nur „Repair and Maintenance“-Informationsangebote direkt über die Servicegeräte, sondern auch Trainingsmöglichkeiten für die Mitarbeiter, etwa über den Technical Messenger oder das MAHLE Customer Care Portal.



Mit einem breiten Produktportfolio rund um klassische und alternative Antriebe ist MAHLE ein zuverlässiger Partner für die Werkstätten und stellt sie zukunftsicher entlang des diversifizierten Antriebsstrangs auf.



Der MAHLE Konzern nutzt sein Erstausrüster-Know-how, um in seinem Aftermarket-Geschäft die Werkstätten bei der Erschließung neuer Geschäftsfelder zu unterstützen.

Ansprechpartner in der MAHLE Kommunikation:

Ruben Danisch
Leiter Kommunikation Unternehmen / Wirtschaft und Produkt
Telefon: +49 711 501-12199
E-Mail: ruben.danisch@mahle.com

Christopher Rimmele
Sprecher Produkt, Technologien und Aftermarket
Telefon: +49 711 501-12374
E-Mail: christopher.rimmele@mahle.com

Über MAHLE

MAHLE ist ein international führender Entwicklungspartner und Zulieferer der Automobilindustrie sowie Wegbereiter für die Mobilität von morgen. Das Produktportfolio deckt alle wichtigen Fragestellungen entlang des Antriebsstrangs und der Klimatechnik ab – für Antriebe mit Verbrennungsmotor gleichermaßen wie für die Elektromobilität. Der Technologie-Konzern hat im Jahr 2019 mit mehr als 77.000 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 12,0 Milliarden Euro erwirtschaftet und ist mit 160 Produktionsstandorten in mehr als 30 Ländern vertreten.

Über MAHLE Aftermarket

MAHLE Aftermarket, der auf Ersatzteile spezialisierte Geschäftsbereich, nutzt das Know-how aus der Serienfertigung der Erstausrüstung für sein Produktprogramm und beliefert Partner in Handel, Werkstatt und Motorinstandsetzung. Die von der Sparte MAHLE Service Solutions entwickelten Produkte für die Werkstattausrüstung sowie umfassende Services und individuelle Schulungsangebote ergänzen das Angebot. MAHLE Aftermarket ist weltweit an 25 Standorten und weiteren Vertriebsbüros mit rund 1.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vertreten. Der Geschäftsbereich verzeichnete 2019 weltweit ein Umsatzvolumen von rund 950 Millionen Euro.