



Aftersales

Informationen rund um Service, Teile, Zubehör und Lifestyle.

Nr. 77



Produkttechnik

Der BMW 7er: Komplette Überarbeitung und neue Motoren.

■ Seite 10

Service

BMW Aftersales Kampagne: Kunden für den Service gewinnen.

■ Seite 24

Teile, Zubehör, Lifestyle

Upgrade: Nachrüstsatz für die neue Optik der E65 Modellüberarbeitung.

■ Seite 26



BMW International

Editorial

Peter Quintus. Informationen als Chance. 3

Panorama

Kurz gemeldet. Nachrichten aus der Welt von BMW. 4

BMW in Ostasien

Besondere Ansprüche. Das BMW Regionalbüro in Singapur. 34



Produkttechnik

Modellüberarbeitung BMW 7er

Frisch gestärkt. Der E65 wurde komplett überarbeitet. 10

Neue Dieselmotoren im BMW 7er

Starke Sparer. Neue Sechs- und Achtzylinder-Dieselmotoren. 13



Service

Service Tipps

CD-Abspielfehler. MP3-Technik anfällig für Störungen. 16

Digitales Fernsehen im Auto. Auch Nachrüstung möglich. 19

Ionenstrommessung beim S85. Neue Diagnosemöglichkeiten. 21

Diagnose-News. Aktuelle Nachrichten für die Praxis. 23

Technik-Quiz

Der Kompetenz-Test. Prüfen Sie Ihr technisches Wissen. 20

Service News

Neues und Wissenswertes. Aktuelle Informationen. 21

Aftersales Kampagne

Ins rechte Licht gerückt. Gezielt für den Aftersales werben. 24



Teile, Zubehör, Lifestyle

Original BMW Teile und Zubehör

Exterieursatz für den BMW 7er. Upgrade bis Bautermin 03/2005. 26

Neue Räder. 21-Zoll-Rad für den E65. 27

Neuer Sitz. Der Babyseat 0+ Isofix. 27

Mobiler Spaß. Das BMW DVD-System Portable. 28

Softwarestand beachten. BMW Handy Vorbereitung mit Bluetooth. 29

Erweiterte Informationsbasis. Tipps zum neuen ETK. 29

Neue Suchfunktion. Tipps zu ASAP. 30

Neu strukturiert. Die Werke 02.20 und 02.80. 31

International erfolgreich. SRD in noch mehr Märkten. 32

BMW Lifestyle

Start frei. Die neue BMW WilliamsF1 Team Kollektion ist da. 33



Peter Quintus,
Leiter Aftersales Marketing

Informationen als Chance

Heute halten Sie, das heißt mehr als 40000 Service- und Teilvertriebsmitarbeiter weltweit, das aktuelle Magazin in den Händen. Seit 30 Jahren geben wir „Aftersales“ für Sie heraus und können damit auf eine lange Tradition zurückblicken.

Auf der Titelseite haben wir ganz bewusst die Botschaft „Informationen rund um Service, Teile, Zubehör und Lifestyle“ aufgenommen. Denn auch in diesem Heft wird die Vielfalt der Informationen um und über die Felder Service, Teile, Zubehör und Lifestyle erneut nachdrücklich unter Beweis gestellt. Natürlich finden Sie auch wieder relevante Themen aus der gesamten BMW Welt. So informiert Sie diese Ausgabe über so wichtige und interessante Themen wie BMW 7er Modellüberarbeitung, das entsprechende Original Teile-Kit zum Umrüsten, Neues aus dem Zubehörprogramm oder gibt Ihnen einen Einblick in die internationale Aftersales Kampagne, um nur einige Beispiele zu nennen.

Im Ursprung sind diese Informationen zunächst „one-way“ Nachrichten an alle Mitarbeiter. Dann aber werden sie von Ihnen aufgenommen, weitergegeben, gespeichert und aktiv für die Umsetzung vielfältiger Geschäftschancen genutzt.

In der heutigen Welt der immensen Datenflut ist der professionelle Umgang mit Informationen nicht nur überlebenswichtig, sondern er kann uns bei BMW auch einen Wettbewerbsvorsprung verschaffen. Aktualität, Präzision, Geschwindigkeit, Transparenz, der Fokus auf das Wesentliche, das Vermeiden von „Einbahnstraßen“ und das bewusste Einbeziehen aller am jeweiligen Prozess Beteiligten ist sehr entscheidend. Hinsichtlich des Netzwerks möchte ich auch die bereichsübergreifende Zusammenarbeit und das konstruktive Zusammenwirken zwischen den Märkten und der Zentrale betonen. Ein starker Beweis war die internationale Aftersales Leiter Tagung in Athen im Januar. Gerade auf solchen Foren wird die Aftersales Gemeinschaft auf internationalem Boden gelebt und der Informationsfluss gewährleistet.

Ihr aktives Feedback ist uns nicht nur sehr wichtig, es ist für unseren gemeinsamen Erfolg notwendig und wertvoll. Viele von Ihnen nutzten die Chance, uns Ihre Meinung durch die Leserbefragung in der Ausgabe 75 zu übermitteln. Denn diese Publikation, Ihr Aftersales Magazin, ist und wird für Sie gemacht. Es soll Ihre Informationsbedürfnisse befriedigen und jedem von Ihnen für seine wichtige Aufgabe bei BMW eine motivierende Hilfe sein.

Zum 1. Februar habe ich die Funktion Aftersales Marketing bei der BMW Group übernommen. Nach mehreren Stationen im Aftersales – auch in leitender Funktion mit direkter Verantwortung für einen Markt – ist mir sehr wohl bewusst, dass es sich mit einer guten Information so verhält wie mit einer exzellenten Logistik: Es kommt auf die richtige Information zur richtigen Zeit am richtigen Ort an. Gerade im Kundenumgang und im schnelllebigen Aftersales Geschäft mit den komplexen Wettbewerbsstrukturen entscheiden Informationen über Erfolg oder Misserfolg. Ich werde auch in meiner neuen Aufgabe weiterhin dafür eintreten, dass Sie die richtigen Informationen und Programme bekommen – auch für die Betreuung Ihrer Kunden. So können Sie beispielsweise sicher sein, dass Sie zum neuen BMW 7er den entsprechenden Zubehörkatalog vorliegen haben oder über PIAS unterstützende Informationen erhalten. Ich wünsche Ihnen, dass Sie gegenüber dem Kunden immer die richtige Botschaft finden und baue auch weiterhin auf Ihr konstruktives Feedback!

Jahr der Rekorde

Die BMW Group erlebte 2004 als Folge einer konsequenten Produkt- und Marktoffensive das erfolgreichste Geschäftsjahr überhaupt.

Die BMW Group hat im vergangenen Jahr ihren Wachstumskurs erfolgreich fortgesetzt und neue Spitzenwerte bei Absatz und Umsatz erzielt. Mit 1 208 732 verkauften Automobilen der Marken BMW, MINI und Rolls-Royce übertraf die BMW Group sogar das Rekordjahr 2003 deutlich – um 9,4 Prozent. Damals waren 1 104 916 Fahrzeuge verkauft worden. Allein die Marke BMW übersprang erstmals in der Firmengeschichte mit 1 023 583 verkauften Einheiten die Millionengrenze. Im Jahr 2003 waren noch 928 151 BMW Automobile verkauft worden.

Spitzenreiter unter den BMW Modellen war auch im Jahr 2004 der 3er (E46), dessen Verkäufe allerdings durch den anstehenden Wechsel auf die fünfte Generation (E90) bereits im vergangenen Jahr rückläufig waren. Ein starkes Plus um 23,8 Prozent verzeichnete dagegen der 5er. Er wurde 229 598 Mal verkauft – so oft wie zuvor noch kein anderer 5er innerhalb von zwölf Monaten. Nahezu gleichbleibend war die Nachfrage nach dem X5, von dem 104 988 Exemplare ausgeliefert wurden.

Ganz knapp dahinter liegt der X3, der sich seit seiner Markteinführung 2004 exakt 92 248 Mal verkaufte. Der Absatz des BMW 7er lag im vierten Produktionsjahr weltweit bei 47 689 Fahrzeugen, was einem Rückgang von 17,6 Prozent entspricht. Ungeachtet dessen hat die erfolgreichste 7er Baureihe aller Zeiten auf dem deutschen Markt den Spitzenplatz erreicht und ist mit 7 671 Zulassungen Marktführer im Segment der großen Limousinen.

Wie im gesamten Roadster-Segment war die Nachfrage nach dem BMW Z4 im Jahr 2004 rückläufig. Von ihm wurden 38 483 Einheiten verkauft. Dagegen wurde der neu eingeführte 6er positiv vom Markt aufgenommen: Er wurde 12 332 Mal als Coupé und 8 708 Mal als Cabriolet ausgeliefert. Erfolgreich ist auch der neue 1er: Obwohl er erst im September 2004 in den Handel kam, wurden in den letzten Monaten des Jahres bereits 39 247 Fahrzeuge verkauft.

Ein weiteres Rekordjahr hat auch MINI zu verzeichnen. Drei Jahre nach Markteinführung lief im August 2004 bereits der 500 000ste MINI vom Band. Insgesamt wurden im letzten Jahr 184 357 Fahrzeuge abgesetzt, was einem Plus von 4,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Allein der MINI One D legte von 9 316 auf 16 726 Einheiten zu, so dass die Gesamtzahl der MINI One Fahrzeuge um 6,8 Prozent auf 47 641 Exemplare stieg. Beliebtestes Modell ist nach wie vor der MINI Cooper mit 77 532 verkauften Einheiten. Der MINI Cooper S wurde insgesamt 40 443 Mal an Kunden übergeben. Das seit Juli 2004 angebotene MINI Cabrio wurde 18 741 Mal verkauft.

Auch die traditionsreiche Luxusmarke Rolls-Royce erreichte einen neuen Absatzrekord. Im Jahr 2004 wurden 792 Phantom ausgeliefert – nach 300 Exemplaren im Vorjahr. Damit erlebte Rolls-Royce das höchste Verkaufsniveau seit 14 Jahren. Die Marke ist klarer Marktführer im Segment der absoluten Luxusklasse. ■



Der BMW 3er Touring kommt

Auf der diesjährigen Internationalen Automobilausstellung (IAA) im September in Frankfurt wird der neue BMW 3er Touring seine Weltpremiere feiern. Wie beim BMW 5er (E60 und E61) erhielt der Touring der 3er Baureihe einen vollständig eigenen Entwicklungscode: E91.

Die fünftürige Version des BMW 3er profitiert sowohl bei den Innenraumabmessungen als auch beim Ladevolumen von der erheblich gewachsenen Plattform des BMW 3er. Beides sind wichtige Faktoren im Segment der „Kombis“. Bei Antrieb und technischer Ausstattung sind Limousine und Touring dagegen weitgehend identisch. Selbstverständlich wird es auch für den BMW 3er Touring eine umfangreiche Palette an Original BMW Zubehör geben. ■



Internationale Aftersales Leiter Tagung

Vom 18. bis 22. Januar fand in Attica, nahe der griechischen Hauptstadt Athen gelegen, die internationale Aftersales Leiter Tagung 2005 statt. 175 Aftersales-Verantwortliche der Vertriebsgesellschaften, Regionen, Regionalbüros und Importeure aus 91 Ländern trafen sich zu der viereinhalbtägigen Tagung, die unter dem Motto „BMW Aftersales. Drive to Success“ stand. Die internationale Aftersales Leiter Tagung hat sich zur zentralen Informationsbörse für die Märkte der BMW Group weltweit entwickelt.

Die Eröffnungsrede hielt Dr. Gerhard Schuff, seit Oktober letzten Jahres für die Bereichsleitung VT (Vertrieb Teile, Zubehör, Merchandising und Lifestyle) verantwortlich. In seiner Rede betonte Dr. Schuff die zunehmende Bedeutung des Aftersales für den Unternehmenserfolg, sowohl auf der Ebene des Konzerns als auch auf Retalebene. Dabei ging er unter anderem auf die zukünftigen Potenziale im Teile, Zubehör und Lifestyle Geschäft ein, sowie auf die Ziele und Initiativen bei VT, die sich aus dem Zielsystem der BMW Group und der Wachstumsstrategie ableiten lassen. Im Anschluss wurden in Fachvorträgen und Workshops diese Themenfelder vertieft und ausführlich diskutiert. Die Herausforderungen im Aftersales sowie aktives Aftersales Marketing für erfolgreiche Kundenbeziehungen wurden im Rahmen einer Interviewrunde mit Hans-Ulrich Lindner, Dr. Gerhard Schuff und Peter Quintus sowie in Vorträgen und Ausstellungen intensiv behandelt.

Hans-Ulrich Lindner, Leiter VS (Vertrieb Service), berichtete den Teilnehmern von der Neuausrichtung des Bereichs VS und gab einen Rückblick auf das vergangene Jahr sowie einen Ausblick für die Zukunft aus Sicht des Service. Im Mittelpunkt seiner Rede stand die Premium Service Strategie der BMW Group. VS hat sich das Ziel gesetzt, bis 2008 in der Kundenzufriedenheit unangefochtener Spitzenreiter zu werden. Der Weg zu diesem Ziel führt über sechs verschiedene Handlungsfelder, die Hans-Ulrich Lindner erläuterte: Produktentwicklungsprozess, Wartungsabläufe, Cost of Ownership, Serviceprozesse, Mitarbeiterqualifizierung und Kundenmobilität.

In weiteren Vorträgen wurden verschiedene Fachthemen, der technische Support, die Recycling-Strategie für die Zukunft und der neu gestaltete Fehlerbeseitigungsprozess vor-

gestellt. Zahlreiche Workshops vertieften spezielle Servicethemen wie die Fahrzeugprogrammierung mit Progman oder die Unterstützung des Fehlerbeseitigungsprozesses durch PuMA. In Aftersales Diskussionsrunden tauschten sich die Teilnehmer intensiv aus und lieferten der Zentrale wertvolles Feedback.

Zum Abschluss der lebendigen, informativen Tagung konnte der neue BMW 3er von den Teilnehmern in einem Drive Event ausführlich getestet und erlebt werden. ■

Tagung für Service Delegierte

Aufgrund des großen Erfolgs der ersten Veranstaltung fand im Februar eine zweite internationale Tagung für Service Delegierte und Technikverantwortliche statt. Sie wurde erneut im Anschluss an eine Train the Trainer-Konferenz (14. bis 18. Februar) durchgeführt, die in der BMW Group Trainingsakademie in Unterschleißheim stattfand.

Der Teilnehmerkreis setzte sich aus insgesamt 130 Mitarbeitern aus 35 Ländern zusammen. Analog zur Train the Trainer Konferenz stand auch bei dieser Veranstaltung das eigenverantwortliche Arbeiten und die aktive Mitwirkung der Teilnehmer innerhalb der Workshops im Vordergrund. In so genannten Erlebniswelten hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, neue und überarbeitete Komponenten sowie Funktionen des BMW 3er und des BMW 7er zu entdecken. Auch die Weiterentwicklung des V8-Dieselmotors konnte selbstständig kennen gelernt werden.

Ein weiteres Highlight bildete das Technikforum, das in Zusammenarbeit mit der Fachabteilung VS-22 (Qualitätsprozesse und Technischer Support) durchgeführt wurde. Im Mittelpunkt standen dabei unter anderem die Themen Serviceprozesse und -vereinbarungen, PuMA-Auswertungen sowie Karosserie, Elektrik, Antrieb und Fahrwerk.

Die Veranstaltung erhielt durch die Teilnehmer ein gutes Feedback. 92 Prozent bewerteten Verlauf und Inhalt als sehr positiv. Vor allem die Punkte Trainingsinhalte und -verständnis sowie die Qualität des Trainings wurden mit „voll zufriedenstellend“ bewertet. ■



Gut gerüstet für 2005

Der Umgang mit Gewährleistungsfällen erfordert viel Fingerspitzengefühl gegenüber den betroffenen Kunden. Um auf diesem Gebiet Erfahrungen auszutauschen und um neue Trends kennen zu lernen, veranstaltet BMW eine spezielle Gewährleistungs-Konferenz (GWK). Sie findet alle zwei Jahre statt, zuletzt im Oktober 2004 in Madrid.

Die Tagung bildete eine hervorragende Basis, um auch im Bereich der Gewährleistung Premium Service zu bieten. So beteiligten sich an der Konferenz 28 BMW Vertriebsgesellschaften mit insgesamt 56 Mitarbeitern. Erstmals nahmen auch Vertreter aus Ungarn, Portugal, Polen und Griechenland sowie aus China an dieser Runde teil.

Anhand der verschiedenen Länderpräsentationen konnten die Teilnehmer die jeweilige Situation der Märkte und Kunden kennen lernen. Daneben wurden Themen aus dem Tagesgeschäft erörtert sowie Prozesse neu gegliedert und abgestimmt. Ein wichtiges Thema der Tagung war die Abrechnungsmöglichkeit von Programmierarbeiten, ein weiterer Schwerpunkt Diskussionsrunden zur Premium Service Strategie sowie zur GWK-Strategie. ■



BMW Aftersales Cup 2004 entschieden

Wie bereits im Jahr zuvor fand auch 2004 ein Zubehörwettbewerb für die BMW Vertriebsgesellschaften statt: der BMW Aftersales Cup. Das Ziel für die teilnehmenden Vertriebsgesellschaften war es, den Umsatz für bestimmte Zubehörfänge pro Fahrzeug gegenüber dem Vorjahr zu steigern. Dabei wurden drei verschiedene „Rennen“ gestartet:

Das „Design-Race“ umfasste Aerodynamik-Pakete und Leichtmetallräder, das „Innovation-Race“ PDC, Front- und Rückfahrkamera, Xenon-Scheinwerfer, Abbieglicht sowie Kindersitze und zum „Activity-Race“ gehörten Trägersysteme und Dachboxen. An dem Wettbewerb nahmen die Vertriebsgesellschaften aus Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Kanada, den Niederlanden, Norwegen, Österreich, Schweden, der Schweiz, Spanien und den USA teil.

Das „Design-Race“ ging an BMW Norwegen, gefolgt von BMW Niederlande und BMW Schweden. Beim „Innovation-Race“ belegte BMW Spanien den ersten Platz, gefolgt von BMW Norwegen und BMW Niederlande. Das „Activity-Race“ gewann BMW Schweden vor BMW Norwegen und BMW Belgien.

In der Gesamtwertung belegte damit BMW Norwegen Rang eins. BMW Niederlande und BMW Schweden kamen auf die Plätze zwei und drei. Die Preisverleihung findet am 17. Mai in Athen statt. ■





Klares Ergebnis

Die Leserbefragung in der vorletzten Ausgabe des BMW Aftersales Magazins stieß in allen Märkten auf ein breites Echo. Den erwartungsgemäß größten Anteil nahmen dabei die Rücksendungen aus Deutschland ein, doch auch Frankreich, die Niederlande und Österreich waren stark vertreten. Über alle Märkte hinweg war dabei ein breites Tätigkeitsspektrum der Teilnehmer zu verzeichnen, das quer durch sämtliche Bereiche der BMW Handels- und Serviceorganisation ging. Dabei bildeten die Mechaniker, Elektriker, Spengler und Lackierer mit rund 26 Prozent die größte Gruppe. Ihr folgten die Werkstattleiter und -meister mit rund 17 Prozent, die Service Berater mit 15 Prozent und die Verkäufer von Teile und Zubehör mit 14 Prozent.

Die Leserbefragung bestätigte die wichtige Funktion des BMW Aftersales Magazins. Über 58 Prozent der Teilnehmer gaben an, dass die Zeitschrift nützlich für ihre berufliche Tätigkeit ist – und für über ein Drittel ist sie sogar sehr nützlich. Als besonders wichtig wurden dabei die Service- und Technikthemen eingestuft, die sich innerhalb des Themenmixes des BMW Aftersales Magazins einer besonders großen Beliebtheit erfreuen. Beide Bereiche wurden von jeweils rund 77 Prozent der Leser als sehr wichtig eingestuft.

Für fast die Hälfte der Teilnehmer ist überdies auch der Bereich Teile und Zubehör sehr wichtig. Bemerkenswert ist auch, dass die beiden jüngsten Rubriken des BMW Aftersales Magazins auf Anhieb gut angenommen wurden. 65 Prozent der Befragten klassifizierten das Technik-Quiz und den Lifestyle als sehr wichtig oder wichtig.

Das große Interesse der Leser an Technik und Service zeigte sich auch bei den Anregungen, die von den Teilnehmern eingebracht wurden. Neben dem Wunsch nach noch mehr Servicethemen wurde auch angeregt, BMW Händler- und Servicebetriebe vorzustellen – insbesondere solche mit interessanten, pfiffigen Lösungen. Auch der Wunsch nach mehr Aktualität wurde geäußert.

Vielen Dank an alle Teilnehmer der Befragung für die Rückmeldungen und interessanten Anregungen. Auch wenn in der Praxis natürlich nicht alles umzusetzen ist, so wird sich doch der eine oder andere Vorschlag in zukünftigen Ausgaben wiederfinden. Übrigens: Anregungen sind jederzeit herzlich willkommen. Themenvorschläge oder Meinungen können Sie gerne an Frau Henrike Seiffer, Anschrift auf der Rückseite des Magazins, senden.

Das Ergebnis der Leserbefragung unterstreicht die große Bedeutung, die das BMW Aftersales Magazin seit nunmehr 30 Jahren hat. Bereits 1975 erschien die erste Ausgabe, damals noch unter dem Titel BMW Service. Seither entwickelte sich die Zeitschrift, die ursprünglich nur für die Mitarbeiter der BMW Werkstätten gedacht war, rasant weiter. Sie wurde nicht nur um die Rubriken Teile, Zubehör und Lifestyle erweitert, sondern erscheint inzwischen auch in 15 Sprachen. Geblieben ist dafür die Grundidee, dem Leser wichtige Informationen zu seiner beruflichen Praxis in der BMW Handels- und Serviceorganisation zu liefern. ■

Gelungene Messeauftritte

Einmal mehr präsentierte sich BMW auf den beiden wichtigsten internationalen Automobilmessen des ersten Halbjahrs 2005 in beeindruckender Form. Auf der North American International Auto Show (NAIAS) in Detroit im Januar und auf dem Automobilsalon in Genf im März zeigten die Stände von BMW ein breit gefächertes Spektrum an neuen Fahrzeugen, aber auch an Produkten aus dem Bereich Zubehör sowie der Lifestyle Kollektion.

Besonders beeindruckend war der Auftritt in Genf: Auf produkttechnischer Seite feierten hier der neue BMW 3er, der BMW M6 sowie der überarbeitete BMW 7er ihre Weltpremiere. In einem interessant gestalteten, Shop-ähnlichen Bereich präsentierten sich die neuesten Produkte aus der BMW Lifestyle Kollektion.

Umfangreich war auch Original BMW Zubehör vertreten. So wurden dem Publikum zwei Fahrzeuge präsentiert, die mit zahlreichen Zubehörprodukten ausgestattet waren: zum einen ein BMW X3 2.0d in Bluewater metallic, der unter anderem über das in Wagenfarbe lackierte Aerodynamikpaket, 19 Zoll große Leichtmetallräder sowie über eine Front- und Rückfahrkamera verfügte; zum anderen ein BMW 120d in Havanna metallic, ebenfalls mit Front- und Rückfahrkamera ausgestattet. Der BMW 1er wurde durch Aerodynamikpaket, Dachträgersystem und Dachbox zusätzlich aufgewertet. Darüber hinaus wurde an einer neuen BMW 3er Limousine das DVD Portable System erstmals vorgestellt. ■



Härtetest bestanden

Die letzten Januar-Wochen 2005 wird der deutsche Formel-1-Pilot Nick Heidfeld wohl so schnell nicht vergessen. Erst zu diesem Zeitpunkt fiel die Entscheidung, ihn als Einsatzpilot des BMW WilliamsF1 Teams zu verpflichten. Dadurch eröffnete sich für Nick Heidfeld die größte Chance seiner Rennfahrerkarriere. Er setzte sich gegen Antonio Pizzonia durch. Der Brasilianer steht dem Rennstall fortan als Test- und Reservefahrer zur Verfügung. „Die Entscheidung ist uns nicht leicht gefallen, schließlich sind beide Piloten ebenbürtig“, erklärte Teamchef Frank Williams die Auswahl für das begehrte Cockpit.

Umso größer war für Heidfeld die Enttäuschung, als er bei seinem ersten Rennen für BMW WilliamsF1 ausgerechnet nach einer Kollision mit Weltmeister Michael Schumacher ausschied. Immerhin erreichte sein Teamkollege, der Australier Mark Webber, bei seinem Heim-Grand-Prix einen guten fünften Platz.

Der Formel-1-Lauf in Malaysia vertauschte die Rollen der beiden BMW WilliamsF1 Piloten: Diesmal schied Webber nach einer Kollision aus. Heidfeld schaffte dagegen mit Rang drei den Sprung auf das Podest. „Es ist schön, diesen Härtestest mit einem Podiumsplatz bestanden zu haben“, freute sich BMW Motorsport Direktor Dr. Mario Theissen. Schließlich gilt das Rennen in Sepang traditionell als das wärmste des Jahres. „Doch die Motoren haben dieses Hitzerennen ohne jedes Problem überstanden. Dafür vielen Dank an unsere Mannschaft nach München“, lobte Dr. Theissen.

Die Hitze forderte aber doch noch ihren Tribut: Nick Heidfeld durfte reglementbedingt sein Triebwerk für den dritten Grand Prix in Bahrain nicht tauschen – als einziger Pilot im Feld. Das zweite Hitzerennen in Folge überstand das Triebwerk dann doch nicht unbeschadet und Heidfeld fiel aus. Immerhin konnte Teamkollege Mark Webber mit Rang sechs drei WM-Punkte sammeln. ■

BMW recommends Castrol



Neues Trainingszentrum eingeweiht

Nach der Eröffnung der BMW Group Trainingsakademie in Unterschleißheim im Juli 2004 setzt der Konzern seinen kontinuierlichen Ausbau des Trainingsnetzwerks fort. Nach nur siebenmonatiger Bauzeit konnte das BMW Group Aftersales Training seinen neuesten Stützpunkt beziehen: Seit Ende Januar ist das Trainingszentrum Hittfeld vor den Toren Hamburgs in Betrieb. Auf einer Fläche von 370 Quadratmetern sind dort zwei Theorie- und Praxisbereiche sowie Lager- und Büroräume für die Verwaltung untergebracht.

Bis zu 14 Personen können gleichzeitig in den Trainingsräumen, die über die neueste Präsentationstechniken verfügen, geschult werden. Die Schulungsteilnehmer arbeiten zudem mit den modernsten Diagnosemitteln – schließlich steht auch im neuen Trainingszentrum der praktische Schulungsteil im Vordergrund. Er soll rund 80 Prozent der Trainingsumfänge ausmachen. ■

DVD zur Berufswahl

Der Zentralverband des deutschen Kraftfahrzeuggewerbes (ZDK) beschäftigt sich in Zusammenarbeit mit BMW und anderen namhaften Automobilherstellern mit dem Thema Nachwuchsförderung im Kfz-Gewerbe. Um die zahlreichen technischen und kaufmännischen Berufsbilder in dieser Branche besser darstellen zu können, hat der Verband eine DVD produziert, die seit April verfügbar ist.

Mit der DVD mit dem Titel „Profis für HighTech“ sollen insbesondere Jugendliche über aktuelle Ausbildungsberufe sowie deren Karrierewege und Perspektiven informiert werden. Gerade die Automobilbranche benötigt angesichts des rasanten technischen Wandels fast permanent qualifizierten Nachwuchs. So werden auf der DVD insgesamt 14 Berufe der Automobilbranche präsentiert. Dabei werden nicht nur die Tätigkeiten selbst beschrieben, sondern auch ein detailliertes Anforderungsprofil an jeden Beruf vorgestellt. Nicht nur die reinen Fakten werden vermittelt, sondern auch Emotionen geweckt. Die DVD soll als umfassende Berufsinformation den Schulunterricht sowie die Sitzungen bei der Berufsberatung multimedial unterstützen.

BMW beteiligte sich mit der Vorstellung von zwei technischen Berufsgruppen. So wurde mit Benjamin Krause von der BMW Niederlassung Dortmund ein „Mechatroniker im Bereich Zweirad“ und mit Matthias Golosowitz von der BMW Niederlassung Düsseldorf ein „Fahrzeuglackierer“ vorgestellt. Zudem wurde auch die Weiterbildung zum „Betriebswirt im Kfz-Gewerbe“ in Zusammenarbeit mit dem Aftersales Bereich der Düsseldorfer Niederlassung dargestellt. Bestellungen der DVD, die nur für den deutschen Markt vorgesehen ist, richten Sie bitte an den BMW Vertreter in der Nachwuchsförderungskampagne unter otto.fenske@bmw.de oder nutzen Sie den Bestellservice unter www.AutoBerufe.de. ■



Bewährte Unterstützung

Die Ergebnisse der Marktbefragung zum Einsatz der Schulungs- und Informationsprogramme (SIP) 2004 liegen vor.

Im letzten Jahr wurden in Deutschland, Italien und den Niederlanden Marktbefragungen bei BMW Vertragshändlern zum Einsatz der Schulungs- und Informationsprogramme (SIP) durchgeführt. Ziel war es, die Akzeptanz der SIP als Bestandteil der betriebsinternen Weiterbildung zu überprüfen sowie Aufschlüsse über die Qualität der Programme zu erhalten. Im deutschen Markt fand die Befragung bereits zum zweiten Mal statt. Im Mittelpunkt stand deshalb, ob die bei der ersten Befragung gewonnenen Optimierungsansätze zwischenzeitlich umgesetzt wurden.

Die inhaltliche Ausgestaltung und die multimediale Umsetzung der Schulungs- und Informationsprogramme wurde in allen drei Märkten ausgesprochen positiv beurteilt. So gaben 96 Prozent der Befragten in Deutschland, 91 Prozent in Italien und 98 Prozent in den Niederlanden an, durch die Bearbeitung der SIP ihre persönlichen Lernziele erreicht zu haben. Schwierige Sachverhalte wurden nach Meinung der Befragten zu 94 Prozent (Deutschland), 97 Prozent (Italien) beziehungsweise 98 Prozent (Niederlande) eindeutig und leicht verständlich erklärt.

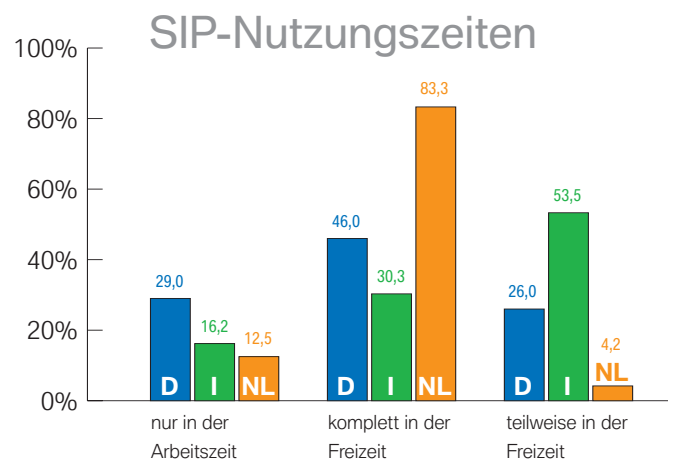
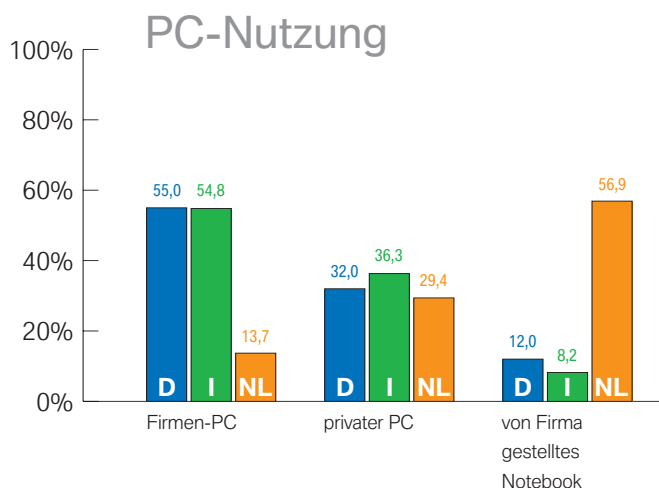
Die Antworten auf die Frage, wann ein SIP in erster Linie bearbeitet wird, ergaben, dass die Bearbeitung der Schulungs- und Informationsprogramme ausreichend Zeit und Ruhe erfordert. Demnach beschäftigen sich zahlreiche Befragte in der Freizeit damit. Dieses Ergebnis spiegelt sich auch bei der Frage wider, auf welchem PC ein SIP bearbeitet wird.

Die Übersetzungsqualität wurde in Italien (97 Prozent) und den Niederlanden (98 Prozent) mit gut bewertet. Insgesamt zeigt sich eine hohe Akzeptanz der Schulungs- und Informationsprogramme als Bestandteil der internen Mitarbeiterfortbil-

dung, mit ausgesprochen positiven Einschätzungen zur Lernqualität.

Die Bedienung und Installation wurde gegenüber der letzten Befragung deutlich optimiert. Dennoch gibt es hier Verbesserungspotenzial. Genannt wurden vor allem Schwierigkeiten beim Programmstart und Kompatibilitätsprobleme mit unterschiedlichen Rechnern und Anwendungen. Um die Händler bei der Nutzung der SIP gezielter unterstützen zu können, wurde in Italien und den Niederlanden direkt mit den befragten Händlern Kontakt aufgenommen. So konnte eine zeitnahe Lösungsbereitstellung sichergestellt werden.

In diesem Jahr werden in weiteren Märkten Befragungen zum Einsatz der SIP durchgeführt. Das Ziel ist eine kontinuierliche Weiterentwicklung und Optimierung der Lernprogramme. Die aktuelle Übersicht aller lieferbaren SIPs erhalten Sie über den elektronischen Teilekatalog (ETK), über die KSD-CD oder über das technische Informationssystem (TIS). Für Fragen und Anregungen steht allen Anwendern die SIP-Hotline unter der E-mail-Adresse sip.hotline@bmw.de zur Verfügung. ■





Frisch gestärkt

Der BMW 7er wurde komplett überarbeitet. Mit neuen Motoren, leichten Retuschen im Design und Verbesserungen bei Fahrwerk und Ausstattung ist er besser denn je.

Mit insgesamt rund 160 000 verkauften Fahrzeugen ist die vierte Generation der 7er Reihe die bisher erfolgreichste BMW Luxuslimousine. In Deutschland eroberte der BMW 7er im Jahr 2004 die Marktführerschaft in der Oberklasse. Der große BMW erhielt nun in der Mitte seines Modellzyklus einen neuen Impuls in Form einer grundlegenden Überarbeitung. Mit deutlich erhöhten Fahrleistungen bei gesunkenem beziehungsweise gleichbleibendem Ver-

brauch sowie Optimierungen an Fahrwerk, iDrive-Bediensystem und bei der Ausstattung geht der große BMW in die zweite Runde.

Die überarbeitete Generation trägt teilweise veränderte Typenbezeichnungen, die auf die neuen Motoren zurückgehen. Mit Ausnahme des V12-Triebwerks im BMW 760i/Li wurde die Motorenpalette komplett überarbeitet: Bei den Modellen mit Achtzylinder-Benzinmotor ersetzen der BMW 750i/Li und 740i/Li die bisherigen Modelle 745i/Li und 735i/Li. Der BMW 740d macht Platz für den BMW 745d mit vollkommen neu entwickeltem V8-Diesel.

Der Reihensechszylinder-Dieselmotor im BMW 730d wurde grundlegend überarbeitet. Beim Einstiegsmodell BMW 730i/Li wird nun der komplett neue Reihensechszylinder-Ottomotor mit Magnesium-Aluminium-Verbund-Kurbelgehäuse eingesetzt. Auch das Fahrwerk des BMW 7er wurde überarbeitet und weiterentwickelt. Neben der hinten um 14 Millimeter verbreiterten Spur und einer überarbeiteten Achskinematik, die sich positiv auf die Fahrdynamik auswirkt, hat BMW das Ange-



Modellpflege in der Luxusklasse: Neue Materialien und Farben verschönern das Ambiente im neuen BMW 7er.

bot im Fahrwerkbereich neu geordnet. Künftig werden ein Serienfahrwerk und zwei Fahrwerkpakete mit unterschiedlichen Auslegungen angeboten: „Adaptive Drive“ und Sportpaket. Das High-end-Fahrwerk Adaptive Drive fasst „Dynamic Drive“ und das kontinuierlich arbeitende Dämpferkontrollsystem EDC-K (Elektronische Dämpfer Control Kon-

tinuierlich) zusammen. Es bietet eine bislang unerreichte Synthese aus höchster Fahrdynamik und maximalem Komfort.

Mit Dynamic Drive wird durch die vollvariablen Stabilisatoren an Vorder- und Hinterachse ein Wanken des Fahrzeugs in Kurven fast vollständig unterdrückt und das Eigenlenkverhalten verbessert. EDC-K passt kontinuierlich die Dämpfercharakteristik an die wechsell-

den Straßen-, Fahr- und Beladungsverhältnisse an – von komfortabel bis sportlich straff. Das Sportpaket mit der Kombination aus sportlicher Fahrwerksauslegung und „Dynamic Drive“ ist dagegen klar auf sportliche Fahrdynamik ausgelegt. Entsprechend der gestiegenen Motorleistungen wurden auch die Bremsen angepasst.



Bediensystem überarbeitet: Das iDrive besitzt nun eine optimierte Menüführung und -darstellung sowie einen direkten Zugang zu einigen Entertainment-Funktionen.



Eleganter Abschluss: Das Heck wurde dezent überarbeitet, die Leuchten neu gestaltet. Eine Chromleiste betont optisch die Horizontale.

Modifikationen an der Karosserie kennzeichnen die neue 7er-Generation nach außen hin: Im Frontbereich wurden neben dem neuen Powerdome in der Motorhaube Niere, Scheinwerfer und Frontschürze dezent überarbeitet. Den Heckbereich prägen stärker konturierte Oberflächen mit einer neuen Chromleiste, geänderte Heckleuchten und eine modifizierte Heckschürze. Seitlich besitzt der neue BMW 7er eine stärker ausgebildete Lichtkante im Schweller, die Blinker zeigen nun weiße Gläser.

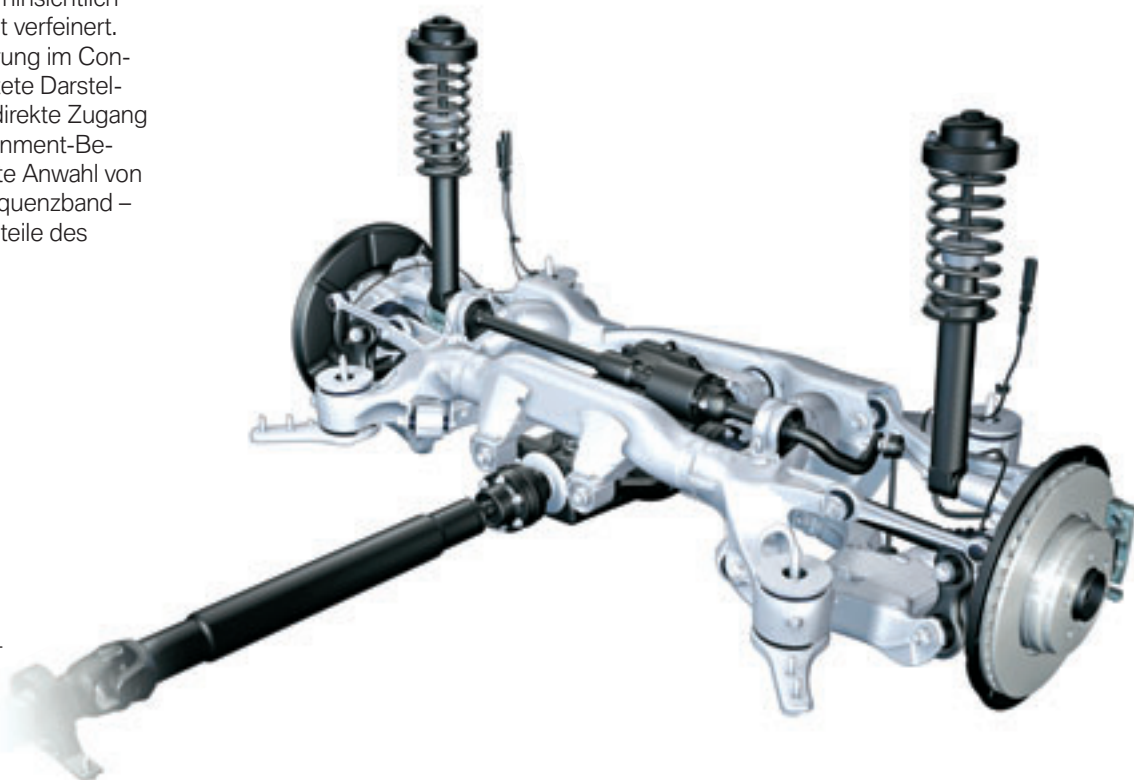
Im Interieur wurde das luxuriöse Raumgefühl durch die Material- und Farbauswahl weiter veredelt. Das Bedienkonzept iDrive wurde hinsichtlich der Benutzerfreundlichkeit verfeinert. Eine optimierte Menüführung im Control Display, die überarbeitete Darstellung der Menüs und der direkte Zugang zu Funktionen im Entertainment-Bereich – vor allem die direkte Anwahl von Audioquelle und Radiofrequenzband – sind wesentliche Bestandteile des iDrive-System-Updates.

Zudem präsentiert sich die 7er-Baureihe mit neuen Ausstattungen für mehr Sicherheit, Komfort und Individualisierung. So sind nun Xenon-Licht und Scheinwerfer-Waschanlage bei allen Modellen serienmäßig vorhanden. Alle BMW 7er verfügen jetzt auch über das zweistufige Bremslicht. Bei starkem Bremsen werden die nachfolgenden Verkehrsteilnehmer dabei durch ein größeres und helleres Bremslicht gewarnt.

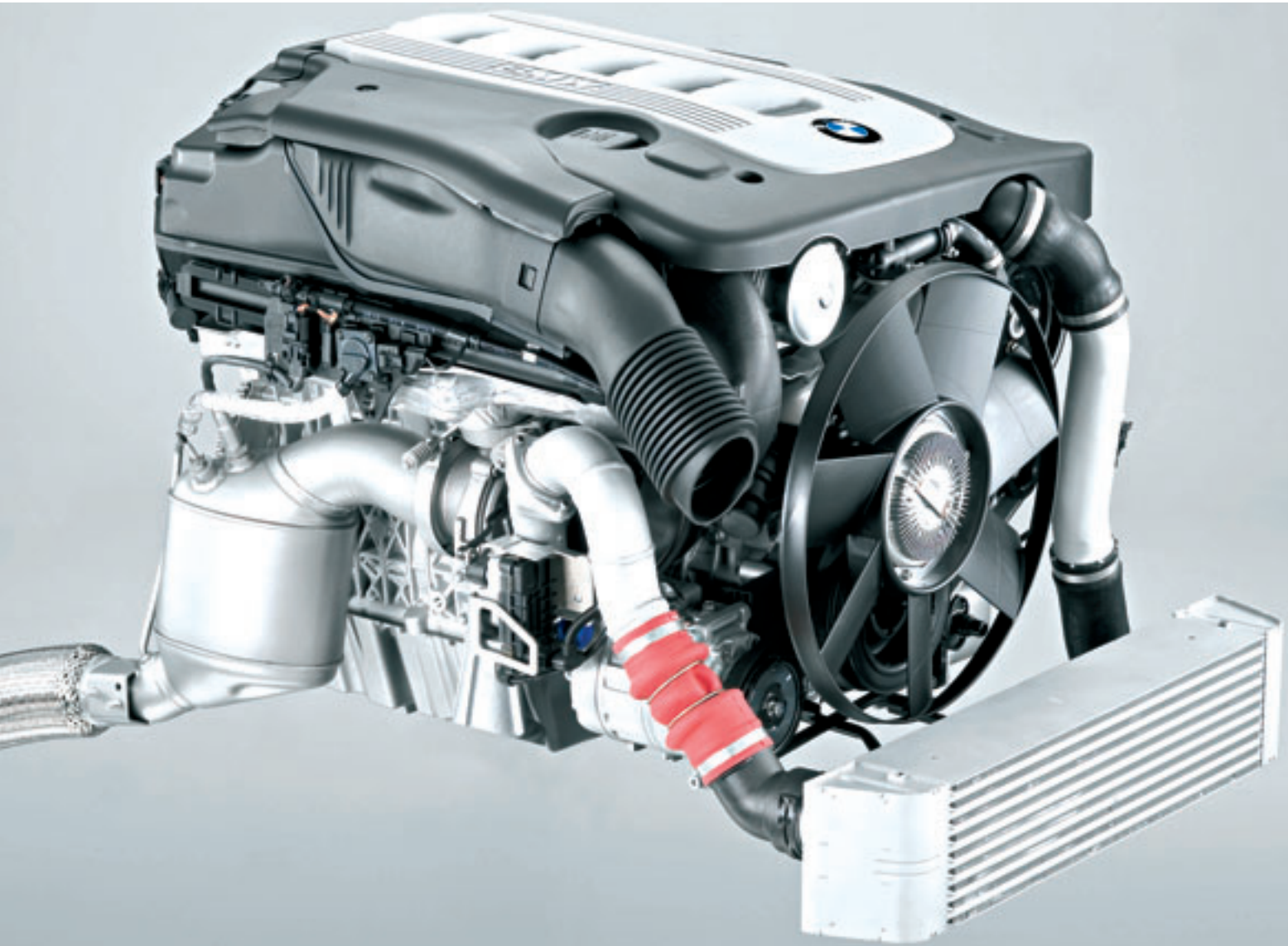
Der optionale CD-Wechsler ist ab sofort MP3-fähig. Der Telematikdienst „BMW Assist“ und das BMW Internetportal „BMW Online“ sind bei Einbau

von Autotelefon und Navigationssystem ab Werk automatisch enthalten (nur in den Märkten, in denen BMW Assist und BMW Online angeboten werden). Verfügbar sind zudem vier neue Außenfarben und drei neue Polsterfarben sowie zwei neue 18-Zoll- und ein neues 19-Zoll-Räderdesign.

So geht der BMW 7er frisch gestärkt wieder neu an den Start. Er präsentiert sich damit noch attraktiver und untermauert seinen Führungsanspruch in der automobilen Oberklasse. ■



Mehr Dynamik: An der neu abgestimmten Hinterachse wurde die Spur um 14 Millimeter verbreitert.



Benchmark für den Wettbewerb: Der neue Dreiliter-Sechszylinder-Diesel mit 231 PS ist im Hinblick auf Leistung, Verbrauch, Abgaswerte und Gewicht vorbildlich.

Starke Sparer

Im überarbeiteten BMW 7er debütieren zwei neue Dieselmotoren mit sechs und acht Zylindern, die wieder einmal den Maßstab definieren.

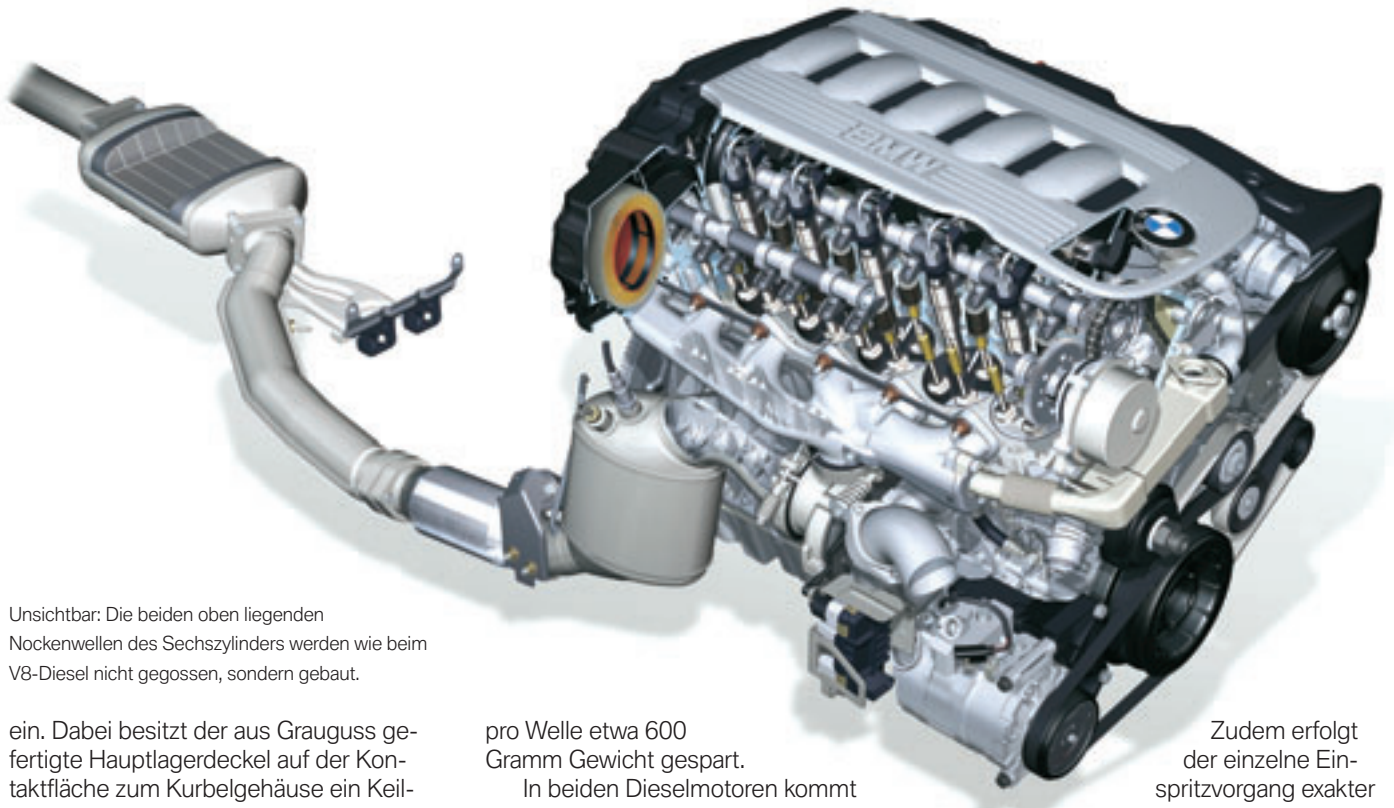
Unter der Haube des BMW 7er bringt das neue Modelljahr viel Neues. Die Highlights werden von den beiden Dieselmotoren gesetzt: Der Dreiliter-Sechszylinder M57TU2 im 730d leistet nun 170 kW / 231 PS und erreicht ein maximales Drehmoment von 520 Nm bei 2000 bis 2750 U/min. Der neue 4,4-Liter-Achtzylinder M67TU ist mit 220 kW/300 PS bei 4000 U/min und 700 Nm bei 1750 bis 2500 Touren das leistungs- und drehmomentstärkste Die-

sel-Triebwerk in der Geschichte von BMW. Der neue BMW 745d beschleunigt damit in 6,8 Sekunden aus dem Stand auf 100 km/h. Gleichzeitig erreicht der V8-Diesel mit nur 9,5 Liter Treibstoffverbrauch im EU-Zyklus einen Bestwert im Markt. Der 730d ist mit 8,2 Litern ein echter Sparsmeister unter den Luxuslimousinen.

Beide neuen Triebwerke haben viele Gemeinsamkeiten. Die wichtigste Neuerung bei beiden ist die Einführung eines Vollaluminium-Kurbelgehäuses,

das den bisherigen Werkstoff Grauguss ersetzt. Dadurch konnte das Triebwerksgewicht beim Sechszylinder um 25 Kilogramm, beim V8 sogar um 30 Kilogramm verringert werden.

Die Gesamtkonstruktion des Kurbelgehäuses ist so ausgelegt, dass auf verstärkende Inlays verzichtet werden kann. Um die enormen Kräfte auf Kurbelwellen-Ebene zu beherrschen, setzt BMW die innovative Mikroverprägung



Unsichtbar: Die beiden oben liegenden Nockenwellen des Sechszylinders werden wie beim V8-Diesel nicht gegossen, sondern gebaut.

ein. Dabei besitzt der aus Grauguss gefertigte Hauptlagerdeckel auf der Kontaktfläche zum Kurbelgehäuse ein Keilprofil, das sich bei der Montage in das etwas weichere Aluminium des Kurbelgehäuses einprägt und eine formschlüssige Verbindung herstellt. Durch die Mikroverprägung ist der gesamte Lagerverbund deutlich belastbarer. Die Zylinderlaufbuchsen sind aus Grauguss gefertigt und werden in einem thermischen Verfahren in das Kurbelgehäuse eingesetzt.

Die Nockenwellen werden nicht wie üblich gegossen, sondern „gebaut“: Auf ein dünnwandiges Stahlrohr werden die Nockenringe aufgezogen und mit Innenhochdruckverformung formschlüssig verbunden. Insgesamt werden durch den Einsatz dieser Nockenwellen

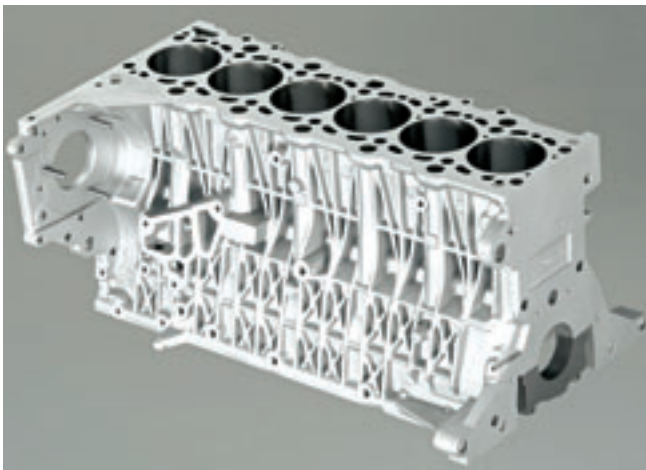
pro Welle etwa 600 Gramm Gewicht gespart.

In beiden Dieselmotoren kommt das Common-Rail-Einspritzsystem der dritten Generation mit 1800 bar Einspritzdruck zum Einsatz. Damit werden höhere Einspritzmengen bei gleicher Einspritzdauer möglich, wodurch eine Leistungssteigerung realisiert wird. Gleichzeitig wird der Kraftstoff noch feiner zerstäubt.

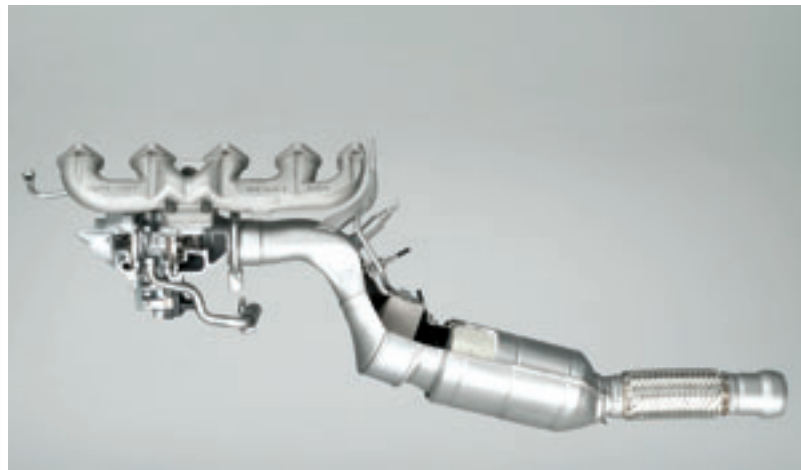
Die Kraftstoffeinspritzung bei den neuen Dieselmotoren ist mit Piezo-Injektoren ausgerüstet. Sie arbeiten im Vergleich zu den bisher verwendeten Magnetventil-Injektoren wesentlich exakter. Das Piezo-Element im Injektor hat die Eigenschaft, sein Volumen definiert zu vergrößern, sobald eine Spannung angelegt wird. Durch die extrem kurze Ansprechzeit sind pro Arbeitstakt bis zu vier einzelne Einspritzvorgänge möglich.

Zudem erfolgt der einzelne Einspritzvorgang exakter und mit einem schnelleren Anstieg bis zur vollen Einspritzmenge. Die Mengen können noch genauer auf die Leistungsanforderung abgestimmt werden, durch optimierte Vorinspritzung wird der Motorlauf noch einmal positiv beeinflusst.

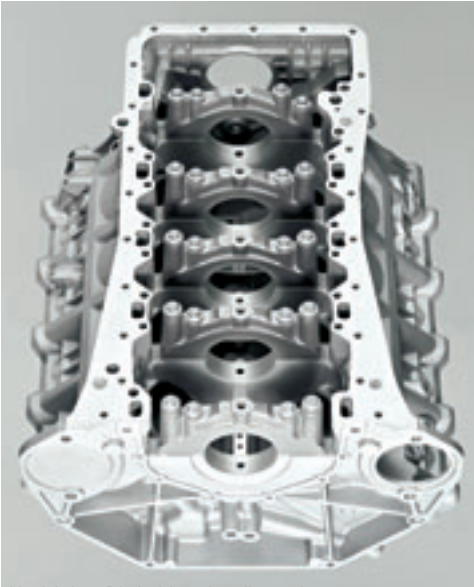
Die in beiden Dieselmotoren erstmals verwendete neue Turboladergeneration besitzt auf der Turbinenseite optimierte Leitschaufeln. Zusätzlich wurde der Wirkungsgrad am Verdichterrad optimiert – bei gleicher Drehzahl des Turboladers kann jetzt mehr An-



Leichtbau: Die Verwendung eines Aluminium-Gehäuses ohne verstärkende Inlays spart beim Sechszylindermotor M57TU2 rund 25 Kilogramm Gewicht.



Kompakte Bauform: Turbolader, Vorkatalysator und Partikelfilter sind beim V8-Dieselmotor nah in den Abgaskrümmen integriert, was für eine schnelle Aufheizung des Katalysators sorgt.



Unsichtbar: Die beiden oben liegenden Nockenwellen des Sechszylinders werden wie beim

ein. Dabei besitzt der aus Grauguss gefertigte Hauptlagerdeckel auf der Kontaktfläche zum Kurbelgehäuse ein Keilprofil, das sich bei der Montage in das etwas weichere Aluminium des Kurbelgehäuses einprägt und eine formschlüssige Verbindung herstellt. Durch die Mikroverprägung ist der gesamte Lagerverbund deutlich belastbarer. Die Zylinderlaufbuchsen sind aus Grauguss gefertigt und werden in einem thermischen Verfahren in das Kurbelgehäuse eingesetzt.

Die Nockenwellen werden nicht wie üblich gegossen, sondern „gebaut“: Auf ein dünnwandiges Stahlrohr werden die Nockenringe aufgezogen und mit Innenhochdruckverformung formschlüssig verbunden. Insgesamt werden durch den Einsatz dieser Nockenwellen pro Welle etwa 600 Gramm Gewicht

gespart.

In beiden Dieselmotoren kommt das Common-Rail-Einspritzsystem der dritten Generation mit 1800 bar Einspritzdruck zum Einsatz. Damit werden höhere Einspritzmengen bei gleicher Einspritzdauer möglich, wodurch eine Leistungssteigerung realisiert wird. Gleichzeitig wird der Kraftstoff noch feiner zerstäubt.

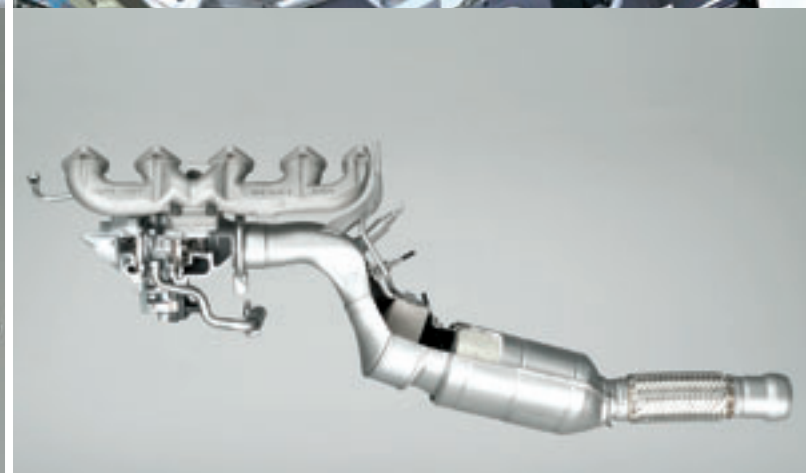
Die Kraftstoffeinspritzung bei den neuen Dieselmotoren ist mit Piezo-Injektoren ausgestattet. Sie arbeiten im Vergleich zu den bisher verwendeten Magnetventil-Injektoren wesentlich exakter. Das Piezo-Element im Injektor hat die Eigenschaft, sein Volumen definiert zu vergrößern, sobald eine Spannung angelegt wird. Durch die extrem kurze Ansprechzeit sind pro Arbeitstakt bis zu vier einzelne Einspritzvorgänge möglich. Zudem erfolgt der einzelne Einspritz-

vorgang exakter und mit einem schnelleren Anstieg bis zur vollen Einspritzmenge. Die Mengen können noch genauer auf die Leistungsanforderung abgestimmt werden, durch optimierte Voreinspritzung wird der Motorlauf noch einmal positiv beeinflusst.

Die in beiden Dieselmotoren erstmals verwendete neue Turboladergeneration besitzt auf der Turbinenseite optimierte Leitschaufeln. Zusätzlich wurde der Wirkungsgrad am Verdichterrad optimiert – bei gleicher Drehzahl des Turboladers kann jetzt mehr Ansaugluft verdichtet werden. Durch diese



Leichtbau: Die Verwendung eines Aluminium-Gehäuses ohne verstärkende Inlays spart beim Sechszylindermotor M57TU2 rund 25 Kilogramm Gewicht.



Kompakte Bauform: Turbolader, Vorkatalysator und Partikelfilter sind beim V8-Dieselmotornah in den Abgaskrümmern integriert, was für eine schnelle Aufheizung des Katalysators sorgt.

Abspielfehler bei selbst gebrannten CDs

Vor allem bei CD-Laufwerken mit MP3-Funktion kann es zu Fehlern kommen, die nicht auf das Gerät, sondern auf die Datenträger zurückzuführen sind.

Seit September 2004 bietet BMW für einige Audiogeräte eine MP3-Funktionalität an. Damit kann der Kunde selbst erstellte CDs mit komprimierten MP3-Dateien im Fahrzeug abspielen. Durch die Datenkomprimierung steigt die Kapazität der Datenträger beträchtlich: Statt rund 70 Minuten Spielzeit wie bei einer herkömmlichen Audio-CD ist mit MP3 – abhängig von der Komprimierungsstufe – rund die zehnfache Spieldauer möglich.

Allerdings ist die Verwendung von selbst gebrannten CDs im Fahrzeug grundsätzlich nicht ganz unproblematisch. Im Vergleich zum Einsatz in der heimischen Stereoanlage gelten im Auto erschwerte Bedingungen in Bezug auf Temperaturschwankungen, Vibrationen und Erschütterungen. Zudem sind die Abspielgeräte für den Fahrzeugeinbau robuster konstruiert, weil an sie erhöhte Anforderungen hinsichtlich der Lebensdauer gestellt werden. Deshalb kann es im Fahrzeugbetrieb zu Störungen kommen, die bei Verwendung zu Hause nicht auftreten.

Bei entsprechenden Kundenbeanstandungen muss zunächst festgestellt werden, bei welcher Art von Datenträger mögliche Störungen auftreten. Im Zusammenhang mit der MP3-Technologie kommen neben herkömmlichen Kauf-CDs (CD-Audio) zunehmend Datenträger vom Typ CD-R (einmal beschreibbar) und CD-RW (mehrmals beschreibbar) zum Einsatz.

Dabei sind Rohlinge in sehr unterschiedlicher Qualität auf dem Markt. Technologiebedingt sind beschreibbare CDs sehr empfindlich gegenüber mechanischen Schäden (Kratzer, Verschmutzung), Lagerung und Betrieb bei hohen Temperaturen (die auftreten, wenn das Fahrzeug in der Sonne geparkt wird) und Lichteinwirkung. Zudem hat der Brennprozess einen großen Einfluss auf die Qualität des erzeugten Mediums.

Bei Beanstandungen sollte der Kunde über diese Problematik aufgeklärt werden. Um eine zufriedenstellende Qualität zu erzielen, sollten grundsätzlich nur Rohlinge guter Qualität verwendet werden (Markenprodukte, die für die Sicherung von Daten über einen langen Zeitraum empfohlen werden).

Zudem sollte man eine möglichst niedrige Brenngeschwindigkeit wählen. Bei der Codierung von Audiodaten sollte auf vorgegebene Parameterkombinationen (Sample- und Bitrate) zurückgegriffen werden. Bei Sampleraten unter 128 KB leidet die Qualität der komprimierten Audiodaten merklich.

Wichtig ist auch, dass CDs nur mit dafür geeigneten Stiften beschriftet werden. Man sollte generell keine Labels aufkleben, denn diese können sich ablösen und den Einzug/Auswurf der CDs behindern. Alle CDs sollte man grundsätzlich nur am Rand anfassen und Kratzer (auf beiden Seiten der CD) vermeiden. Auch die beschriftete Seite ist nämlich empfindlich: Die Datenschicht befindet sich direkt unter dem Schutzlack der Labelseite. Wichtig ist auch, dass CDs nicht über einen längeren Zeitraum direktem Sonnenlicht ausgesetzt, sondern auch im Fahrzeug entsprechend geschützt aufbewahrt werden.

Bei Abspielproblemen, die auf die verwendeten Datenträger zurückgehen und nicht auf einen Fehler des Geräts, bringt ein Tausch des Abspielgeräts selbstverständlich keine Abhilfe. Deshalb ist ein Tausch des Geräts nur vorzunehmen, wenn sichergestellt ist, dass die Beanstandung nicht auf die verwendeten CDs zurückzuführen ist. Zum Test der Geräte werden spezielle Referenz-CDs als Testmedien zur Verfügung stehen. Weitere Informationen zum Thema bietet die SI Technik 650504(104). ■



Elektrische Anhängerkupplungsentriegelung beim E90

Der E90 kann mit einer elektrisch entriegelbaren Anhängerkupplung ausgestattet werden. Die Anhängerkupplung besitzt einen schwenkbaren Kugelkopf, der bei Nichtgebrauch unter dem Gepäckraumboden verschwindet. Die Entriegelung ist bei eingeschwenktem und ausgeschwenktem Kugelkopf auslösbar. Dabei klappt der Kugelkopf in eine Zwischenstellung nach unten. Das hörbare Verriegeln der Anhängerkupplung muss für beide Endpositionen von Hand durchgeführt werden.

Die Entriegelung wird über eine Taste im Gepäckraum ausgelöst. In der Taste ist eine zweifarbige Leuchtdiode integriert (grün und rot). Diese Kontroll-LED zeigt den Systemzustand an. So lange der Kugelkopf entriegelt ist, leuchtet die LED rot. Bei verriegeltem Kugelkopf leuchtet sie grün. Wenn sich die Anhängerkupplung (anscheinend) in verriegelter Endposition befindet, die LED jedoch langsam rot blinkt, wurde die Kupplung nicht in der Endposition verriegelt. Blinkt die LED schnell rot, wurde der Antrieb länger als vier Sekunden angesteuert, oder der zur Entriegelung notwendige Strom für den Antrieb wurde nicht erreicht. Der Antrieb verfügt über einen Überhitzungsschutz. Der Gleichstrommotor wird deshalb nur maximal vier Sekunden lang angesteuert.

Die Heckklappe muss während der Bedienung der Anhängerkupplung geöffnet sein. Der Heckklappenkontaktschalter im Heckklappen Schloss sendet ein entsprechendes Signal an das Steuergerät für die Anhängerkupplungsentriegelung. Ein Mikroschalter im Antrieb für die Entriegelung erkennt, ob der Kugelkopf in einer seiner beiden Endpositionen verriegelt ist.

Das Steuergerät für die Anhängerkupplungsentriegelung ist hinten rechts im Gepäckraum angeordnet. Das Steuergerät hat keine Anbindung an das Bus-System, sondern eine 16-polige Steckverbindung zum Bordnetz. Es ist deshalb weder diagnosefähig noch programmierbar. Das Steuergerät für die Anhängerkupplungsentriegelung ist über eine Leitung mit dem Anhängermodul (AHM) verbunden. Dadurch zeigt das AHM Systemfehler mit einer Check-Control-Meldung an.

Der Antrieb für die Anhängerkupplungsentriegelung ist direkt an der Entriegelungseinheit angebaut. Der Antrieb besteht

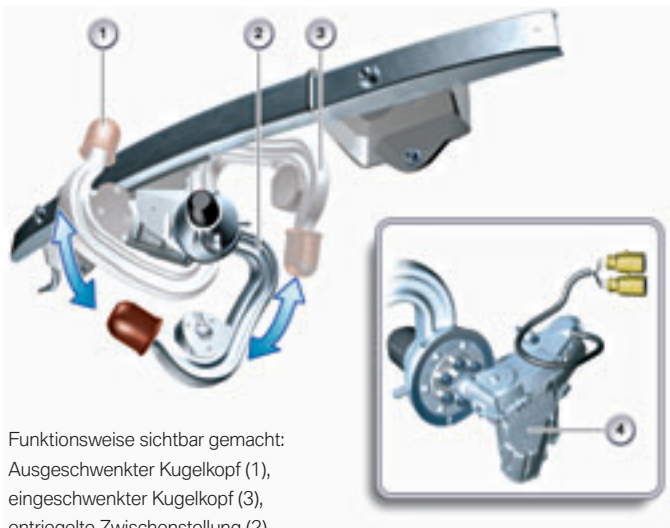
aus einem Gleichstrommotor und einem Unteretzungsgetriebe.

Wenn während der Bedienung die Spannungsversorgung unterbrochen wird, können verschiedene Signalzustände verloren gehen. Bei wieder vorhandener Spannungsversorgung muss die Taste für die Entriegelung fünf Sekunden lang gedrückt gehalten werden. Dadurch wird der Antrieb eingeschaltet (notbetätigt). Weitere Informationen zur elektrischen Anhängerkupplungsentriegelung bietet die SI Technik 61 08 04 (120). ■

KeyReader jetzt USB-fähig

Der KeyReader zum Auslesen aller servicerelevanten Daten und Verschleißkomponenten ist jetzt USB-fähig. Den Anschluss an die entsprechende Schnittstelle am Rechner ermöglicht ein spezieller Adapter, der beim Zubehörhandel bestellt werden kann. Bislang war der KeyReader ausschließlich mit einer seriellen Schnittstelle verfügbar.

Mit dem USB-Kit wird der zunehmenden Verbreitung dieser Anschlüsse Rechnung getragen. Die neuen Rechnergenerationen verfügen nur noch selten über serielle Schnittstellen. Zukünftig wird deshalb auch der KeyReader standardmäßig mit einem USB-Anschluss ausgestattet werden. ■



Funktionsweise sichtbar gemacht:
Ausgeschwenkter Kugelkopf (1),
eingeschwenkter Kugelkopf (3),
entriegelte Zwischenstellung (2).
Der Antrieb für die AHK-Entriegelung (4) ist direkt an der Einheit montiert.



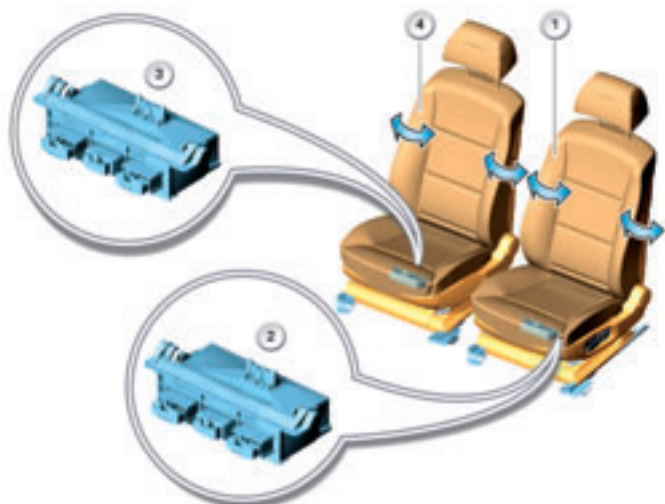
Sitzlehnen werden aktiv

Für die Baureihen E60 und E61 ist als Sonderausstattung eine aktive Lehnenbreitenverstellung für beide Vordersitze verfügbar. Im Gegensatz zur bisher bekannten manuellen Lehnenbreitenverstellung wird die Lehnenbreite dabei aktiv an die Fahrsituation angepasst. Bei einer Kurvenfahrt wird das kurvenäußere Lehnenseitenteil so weit nach innen verstellt, dass die Insassen gegen die Querkräfte abgestützt werden. Dadurch bleibt die Sitzposition stabil. Zum Einstieg wird die Lehnenbreite auf maximale Öffnung verstellt.

Der maximale Verstellweg ist abhängig von der manuellen Voreinstellung der Lehnenbreite. Dafür sind drei Kennlinien programmiert: In der Einstellung „Komfort“ beträgt der maximale Verstellweg 80 Prozent, in den Kennlinien „Normal“ und „Sport“ 100 Prozent. Der Antrieb verändert die Lehnenbreite in rund einer Sekunde aus der vollständig geöffneten Position bis zur minimalen Lehnenbreite.

Für die Steuerung der Aktiven Lehnenbreitenverstellung werden zahlreiche Signale des DSC-Steuergeräts ausgewertet: Fahrgeschwindigkeit, Querbewegung, Längsbewegung, Gierrate (Drehung um die Hochachse), Lenkwinkel und Lenkwinkelgeschwindigkeit. Zwei Steuergeräte sind für die aktive Lehnenbreitenverstellung verantwortlich: die Aktive Lehnenbreite Fahrer (ALBFA) und die Aktive Lehnenbreite Beifahrer (ALBBF). Beide Steuergeräte sind baugleich. Nach einem Tausch eines der beiden Steuergeräte oder eines Antriebs muss die Lehnenbreitenverstellung initialisiert werden. Für die Initialisierung steht eine Servicefunktion zur Verfügung (Servicefunktionen ▶ Karosserie ▶ Aktive Lehnenbreite Fahrerseite oder Beifahrerseite).

Bei der Initialisierung wird die Nulllage der Antriebe erkannt. Als Nulllage ist die vollständig geöffnete Lehnenbreite definiert. Beide Antriebe öffnen gleichzeitig, bis die Nulllage erreicht ist. Sie wird durch ein Signal vom Endlagenschalter erkannt. Anschließend ist die Initialisierung beendet. Eine Initialisierung kann auch am Bedienfeld für die Sitzverstellung ausgelöst werden: Dazu wird die Taste „AUF“ für die Lehnenbreitenverstellung 15 Sekunden lang gedrückt gehalten.



Symmetrisch: Die Sitzlehnen des Fahrersitzes (1) werden vom Steuergerät Aktive Lehnenbreite Fahrer ALBFA (2) gesteuert, die Lehnen des Beifahrersitzes (4) vom Steuergerät Aktive Lehnenbreite Beifahrer ALBBF (3).

Achtung: Bei ausgebautem Antrieb für die Lehnenbreitenverstellung darf die Spannung für die Funktionsprüfung 5 Volt nicht überschreiten. Bei höheren Spannungen kann der Antrieb durch Blockierung beschädigt werden. Wenn der Antrieb für die Lehnenbreitenverstellung ausgebaut ist, darf die Funktionsprüfung nur mit dem Spezialwerkzeug 61 2 070 durchgeführt werden. Weitere Informationen zur Aktiven Lehnenbreitenverstellung liefert die SI Technik 52 02 04 (116). ■

Falsche Pannemeldungen durch RPA

Immer mehr BMW Fahrzeuge werden mit modernen Reifen mit Runflat-Technologie ausgestattet. Diese Reifen mit Notlaufeigenschaften stellen für den Kunden einen unmittelbaren Vorteil dar, weil sie im Pannenfall für zusätzliche Sicherheit und Mobilität sorgen und zudem ein herkömmliches Ersatzrad überflüssig machen. Dadurch steht mehr Innenraum zur Verfügung, und das Fahrzeuggewicht sowie der Kraftstoffverbrauch werden gesenkt.

Der Einsatz dieser Technologie wird erst durch die Reifenpannenanzeige (RPA) möglich gemacht. Bei einem Reifenschaden wird der Fahrer, der eventuell keine Veränderung am Fahrverhalten bemerkt, durch die RPA auf das Problem aufmerksam gemacht. Zudem kann die RPA einen sich anbahnenden Schaden oder einen schleichenden Druckverlust erkennen und den Fahrer rechtzeitig warnen.

Voraussetzung für die korrekte Funktion der RPA ist allerdings, dass das System bei jedem Reifenwechsel und bei jeder Luftdruckänderung neu initialisiert wird. Sonst kann es vorkommen, dass dem Fahrer fälschlicherweise eine Reifenpanne angezeigt wird. Tatsächlich häufen sich Kundenanrufe beim Mobil Service und Beanstandungen in den Werkstätten, die auf vermeintliche Reifenpannen und falsche RPA-Meldungen zurückgehen. Solche Vorfälle führen zu verärgerten Kunden und einem Verlust von Vertrauen in die Kompetenz der Werkstatt und die Zuverlässigkeit der Fahrzeugtechnik.

Deshalb ist es dringend erforderlich, dass nicht nur die Werkstätten selbst die RPA-Initialisierung nach jeder Veränderung am Reifen vornehmen, sondern dass auch die Kunden entsprechend informiert werden. Der Kunde muss wissen, dass er nach jeder Prüfung/Veränderung des Reifendrucks die RPA durch die Funktion „Reifendruck setzen“ an die veränderten Verhältnisse anpassen muss. Wie diese Initialisierung vorzunehmen ist, erfährt der Kunde in der Betriebsanleitung seines Fahrzeugs. Zusätzlich empfiehlt es sich, die Initialisierung zusammen mit dem Kunden einmalig vorzunehmen, um zu zeigen, wie einfach und schnell der Vorgang abläuft. ■

Digitales Fernsehen im Auto

Nachrüstung auf digitalen Empfang beim BMW 5er möglich.

Die TV-Funktion kann für einige BMW Baureihen als Sonderausstattung bestellt werden (SA 601). Als Fernseh-Bildschirm dient entweder das Control Display oder das Central Information Display (Control Display beim E65, E66; Central Information Display beim E60, E61, E63, E64). Mit der Sonderausstattung SA 603 „Fondbildschirm“ (nur für E65 und E66) können auch die Passagiere im Fond fernsehen – im Gegensatz zu den vorderen Insassen sogar während der Fahrt.

Jetzt ist auch im Auto das Zeitalter des digitalen Fernsehens angebrochen: Die neu entwickelten Videomodule empfangen sowohl analoges Fernsehen als auch digitales Fernsehen nach dem internationalen Standard DVB-T. Die Abkürzung DVB-T steht für „Digital Video Broadcasting – Terrestrial“. Das digitale Fernsehen bietet viele Vorteile. Unter anderem lassen sich die digitalen Signale ohne Verluste übertragen und komprimieren. Aufgrund der Datenkomprimierung können auf einem herkömmlichen, analogen UHF- oder VHF-Kanal digital bis zu fünf Fernsehsender ausgestrahlt werden. Das DVB-T hat zudem gegenüber dem analogen Fernsehen eine bessere Sendeleistung: Dadurch wird bei gleicher Reichweite eine geringere Sendeleistung benötigt. Weil das digitale Fernsehen sicher vor Störungen ist, wird auch der mobile Empfang unterstützt: Stabiler Empfang ist unter günstigen Bedingungen bis maximal 200 km/h möglich.

Wenn in einem Fahrzeug der Baureihen E60, E61, E63 und E64 bereits ein Videomodul eingebaut ist, kann digitales Fern-

sehen auch nachgerüstet werden. Das Fahrzeug muss jedoch einen CCC (Car Communication Computer) besitzen. Unter dieser Voraussetzung kann das digitale Fernsehen auf zwei Wegen nachgerüstet werden. Zum einen gibt es die Möglichkeit, die so genannte Set-Top-Box nachzurüsten: Die Set-Top-Box übersetzt die TV-Signale des digitalen Fernsehempfangs in analoge TV-Signale für das Videomodul. Die Set-Top-Box wird in die Antennenleitungen geschaltet. Für die Set-Top-Box gibt es eine Fernbedienung.

Alternativ dazu besteht die Möglichkeit, ein neues Videomodul nachzurüsten (Videomodul 5 hybrid oder Videomodul 5 hybrid DRIVE). Dazu muss der Halter für das Videomodul getauscht werden. Wenn ein Videomodul 5 hybrid DRIVE nachgerüstet wird, muss auch die dritte Fernsehantenne nachgerüstet werden. Mehr zum Thema Fernsehen in BMW Fahrzeugen finden Sie in der Service Information Technik (SBT) 65 07 04 (105). ■



Digitaler Fernsehempfang: Auf den Fondplätzen ist das Fernsehen sogar während der Fahrt möglich – bis zu einem Tempo von 200 km/h.

Testen Sie Ihr Wissen

Wie sicher ist Ihr theoretisches Wissen über die Technik in BMW Fahrzeugen? Testen Sie sich – die Auflösung finden Sie auf Seite 25.

Mehrfache Antworten sind möglich.

1. Welche Aussage für das sequenzielle M Getriebe trifft zu?

- A Das sequenzielle M Getriebe hat 4 Schaltstangen
- B Im Automatikbetrieb stehen 6 Fahrprogramme zur Verfügung
- C Das Anfahren am Hang wird durch einen automatischen Bremseneingriff erleichtert
- D Die Launch Control ist auch im Automatikbetrieb wählbar

2. Wie errechnet das EKP-Steuergerät bei der elektronischen Regelung der Kraftstoffpumpe die aktuelle Drehzahl der Kraftstoffpumpe?

- A Über die geförderte Kraftstoffmenge
- B Auf Basis eines patentierten Verfahrens (= „Ripple Counter“) aus der Welligkeit der Stromaufnahme
- C Mit einer Ionenstrommessung

3. Wie viele Personal Profiles stehen dem Kunden im Fahrzeug zur Verfügung? Und wie viele Fernbedienungen können maximal für ein Fahrzeug verwendet werden?

- A 2 Profile / 3 Fernbedienungen
- B 3 Profile / 10 Fernbedienungen
- C 4 Profile / 4 Fernbedienungen
- D 5 Profile / 10 Fernbedienungen
- E 10 Profile / 10 Fernbedienungen

4. Wie viele Steuergeräte hat die aktive Lehnenbreitenverstellung?

- A 1 Steuergerät für beide Vordersitze
- B 1 Steuergerät pro Vordersitz
- C keine eigenes Steuergerät, integriert in das Sitzmodul

5. Was muss für den digitalen Kompass im Innenspiegel eingestellt werden?

- A die Himmelsrichtung
- B die Helligkeit
- C die Anzeige
- D die Magnetfeldzone

6. Wie viele Innenantennen verwendet Comfort Access im E65/E66?

- A 10
- B 8
- C 6
- D 4

7. Wie wird das Fond-Display im 7er mit Sonderausstattung Fond-Entertainment ausgeschaltet?

- A über die Fondsperrtaste am Control Display vorn
- B über die Taste im Schaltzentrum Mittelkonsole
- C über die frei belegbare Taste hinter dem Fond-Controller
- D Wenn es komplett nach unten geklappt ist

8. Wo ist das PDC-Steuergerät im E90?

- A hinter dem Handschuhkasten
- B neben dem Fußraummodul
- C auf dem Geräteträger rechts im Gepäckraum

9. Für welche Fahrzeuge gibt es die Sonderausstattung Fernsehen vorn und im Fond?

- A Im BMW 5er gibt es das Fernsehen vorn und im Fond als Sonderausstattung
- B Nur im BMW 7er gibt es das Fernsehen vorn und im Fond als Sonderausstattung

10. Was passiert, wenn das Fernsehen vorn bei Fahrzeugstillstand eingeschaltet wurde und dann das Fahrzeug zu fahren beginnt?

- A Ab Schrittgeschwindigkeit wird das Fernsehen vorn abgeschaltet
- B Ab Schrittgeschwindigkeit wird das Fernsehen vorn abgeblendet, der Ton läuft weiter
- C Ab Schrittgeschwindigkeit werden Bild und Ton gedimmt
- D Das Fernsehen vorn wird ab einer Geschwindigkeit von 50 km/h (USA: 35 mph) ausgeblendet, der Ton läuft weiter
- E Bild und Ton vorn werden ab einer Geschwindigkeit von 50 km/h gedimmt (USA: 35 mph)

Wenn Sie Ihr technisches Wissen vertiefen wollen, schauen Sie doch im TIS (Technisches Informations-System) unter „SI Technik“ nach.

Dort finden Sie weiterführende Informationen zu diesen und anderen Themen. Und so finden Sie die BMW Service Technik im TIS:

Rufen Sie auf dem BMW Diagnosesystem das Programm TIS auf.

Wählen Sie unter „Dienste“ zuerst „Neuigkeiten“ und dann die SI Technik 00 99 99 (000) „Alle Veröffentlichungen – Neuigkeiten und Archiv“.

Oder geben Sie nach der Auswahl „Dokument“ direkt die Nummer der gewünschten SI Technik links unten ein.

Übrigens: TIS kann auch auf jedem handelsüblichen PC geladen werden.

Ionenstrommessung beim S85

Die neuartige Messung des Ionenstroms während des Verbrennungsvorgangs liefert erweiterte Möglichkeiten für die Diagnose.

Der Hochleistungsmotor des M5 stellt durch sein Hochdrehzahlkonzept ganz besondere Anforderungen an die Peripherie. Ein Beispiel dafür ist die Klopfregelung. Der Einsatz von herkömmlichen Klopfensoren für die Klopfregelung kommt bei den auftretenden hohen Drehzahlen nicht in Frage, weil die Klopfensoren keine ausreichenden Signale mehr liefern würden.

Dieses Problem wurde mit Hilfe der Ionenstrommessung gelöst. Die Ionenstrommessung wird mit Hilfe der Ionenstromsteuergeräte realisiert. Auf jeder Zylinderbank sitzt vorn auf der Zylinderkopfhäube ein Ionenstromsteuergerät, das mit dem DME-Steuergerät und mit den Zündspulen verbunden ist. Zwischen dem DME-Steuergerät und den Zündspulen besteht keine direkte Verbindung.

Die Ionenstrommessung funktioniert auf folgende Weise: Der Zündfunke an der Zündkerze wird durch das DME-Steuergerät ausgelöst. Dadurch entzündet sich das Kraftstoff-Luft-Gemisch und beginnt zu verbrennen. Durch die bei der Verbrennung entstehende Wärmeenergie entstehen positiv und negativ geladene Moleküle (=Ionen). Die Anzahl der entstehenden Ionen steigt mit dem Gütegrad der Verbrennung auf Grund der dadurch steigenden Verbrennungs-Wärmeenergie.

Unmittelbar nach der Zündung wird vom Ionenstromsteuergerät eine Gleichspannung an die Zündkerze angelegt. Sind freie Ionen im Gemisch vorhanden, fließt ein Strom, der vom Ionenstromsteuergerät gemessen und ausgewertet wird. Das Ionenstromsteuergerät erkennt sowohl einen zu niedrigen Verlauf des Ionenstroms während Zündung und Verbrennung (kein Zündfunke oder schlechte Verbrennung) als auch einen

zu hohen Verlauf (Klopfen). Wenn Abweichungen erkannt werden, greift das DME-Steuergerät regelnd ein. Bei zu großen Abweichungen legt das DME-Steuergerät entsprechende Fehler im Fehlerspeicher ab.

Die Ionenstrommessung macht es also nicht nur möglich, klopfende Verbrennungen zu erkennen, sondern bietet auch die Möglichkeit, Aussetzer festzustellen. Die Messung ist dabei so leistungsfähig, dass jede einzelne Verbrennung in allen Drehzahlbereichen analysiert wird. Wenn Aussetzer erkannt werden, kann zudem noch unterschieden werden, ob die Aussetzer durch fehlende Zündfunken oder durch ausbleibende Verbrennungen verursacht wurden. Wenn im DME-Steuergerät Aussetzer-Fehler abgelegt sind, kann an der Fehlerart abgelesen werden, ob Zünd- oder Verbrennungsaussetzer vorliegen. Das ist für die Diagnose ein entscheidender Vorteil.

Die Ionenstrommessung bietet zusätzlich die Möglichkeit, Zündung und Verbrennung anhand zweier Messwerte zu beurteilen: Funkenbrenndauer und Verbrennungsqualität. Die Funkenbrenndauer wird nach dem Auslösen des Zündfunkens in Millisekunden gemessen. Während der Dauer des Zündfunkens ist die Leitfähigkeit und damit der Ionenstrom sehr hoch. Daran wird der Zündfunke erkannt. Nach dem Erlöschen des Zündfunkens wird die Verbrennungsqualität gemessen. Dazu wird der Ionenstrom über die Dauer der Verbrennung aufsummiert. Je höher die Summe ist, desto höher ist die Verbrennungsqualität. Die Maßeinheit der Messung ist nSs (Nano-Siemens-Sekunden, Siemens ist die Einheit für die Leitfähigkeit).

Diese Messwerte können im Testmodul „Aussetzererkennung“ ausgelesen werden, dort finden sich auch nähere Angaben zur Interpretation der Messwerte. Die Ionenstromsteuergeräte besitzen keine Eigendiagnose und damit keinen eigenen Fehlerspeicher. Die Diagnose erfolgt über das DME-Steuergerät. ■



Ganz neue Möglichkeiten: Die Ionenstrommessung durch die Zündkerze liefert wertvolle Daten über die Qualität der Verbrennung.

Schnelle Datenübertragung weltweit

Das Online-Update-System JETstream soll der Handelsorganisation bald weltweit zur Verfügung stehen. Damit wird eine flächendeckende, effiziente Informationsversorgung von und zu den Servicebetrieben der Handelsorganisation sichergestellt. Die schnelle, bidirektionale Übermittlung aller relevanten Servicedaten leistet einen wichtigen Beitrag für die Sicherstellung der Produktqualität von Fahrzeugen der BMW Group.

Bislang sind folgende Märkte an JETstream angebunden: Deutschland, Großbritannien, USA, Japan, Österreich, Schweiz, Frankreich, Belgien, Niederlande, Italien, Schweden, Kanada, Mexiko und Südafrika. Darüber hinaus werden ab 2005 Australien, Neuseeland, Portugal, Polen, Ungarn, weitere nordische Märkte und Korea die Vorteile von JETstream nutzen können.

Mit JETstream erhalten die Diagnose- und Programmiersysteme Updates für die Codierung und Programmierung von Fahrzeug-Steuergeräten schnell und bequem. Dabei führt eine spezielle Downloadsteuerung zu einer optimalen Nutzung der bestehenden Bandbreiten: Pro Autohaus lädt ein Diagnosesystem neue Daten vom zentralen Server. Diese Daten werden dann innerhalb des lokalen Werkstatt-Netzwerks (LAN) an die übrigen Geräte verteilt.

Zugleich dient JETstream der Rückgewinnung von Informationen aus der Fahrzeugdiagnose, -programmierung und -codierung: Vernetzte Testgeräte in der Werkstatt senden FASTA-Daten (System für Fahrzeugbetriebs- und Servicedaten-Transfer und -Analyse) an das Fahrzeugbeschreibungsmodul FBM. Diese zentrale Datenbank enthält Steuergeräteinformationen und Diagnoseprotokolle sowie in Deutschland die vollständige Reparaturhistorie für jedes Fahrzeug, das in einem BMW oder MINI Servicebetrieb gewartet wurde. Insgesamt verarbeitet FBM rund 80 000 Auslesevorgänge pro Tag. Das Modul hat eine entscheidende Bedeutung für die Analyse bei Neuanläufen, die Fehlererkennung beim Technischen Kundendienst und das kontinuierliche Qualitätsmonitoring. ■

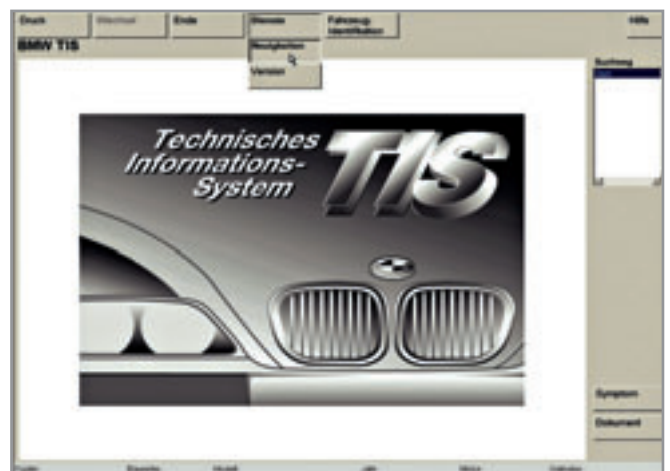


International auf dem Vormarsch: Mit JETstream erfolgen Updates für die Software in Fahrzeug-Steuergeräten wesentlich schneller und effizienter.

100 mal SI Technik im TIS

Ein kleines Jubiläum: Auf der TIS DVD 04/2005 wurde die 100ste SI Technik veröffentlicht. Seit ihrer Einführung im Dezember 2002 unterstützt die SI Technik den Mechaniker bei der Diagnosedurchführung (anstelle der Funktionsbeschreibung). Die SI Technik erfreut sich im gesamten Servicebereich der Händlerbetriebe großer Beliebtheit. Der modulare Aufbau erlaubt es, sich während der Diagnose kurz über das zu diagnostizierende System oder die Funktion zu informieren. Durch die im TIS bekannten Hotspots gelangt man zu Systemübersichten, Bauteilbeschreibungen und Hinweisen, die tieferen Einblick in die Technik erlauben und wertvolle Tipps liefern.

Die SI Technik unterliegt dem Änderungsmanagement und wird regelmäßig an die technischen Gegebenheiten angepasst. Für den schnellen Überblick gibt es die SI Technik 00 99 99 (000) „Alle Veröffentlichungen – Neuigkeiten und Archiv“. Diese SI Technik ist im TIS zu finden unter der Schaltfläche „Dienste“ ▶ „Neuigkeiten“. ■



Bewährte Praxishilfe: Die SI Technik wird intensiv im Servicebereich genutzt, jetzt wurde die 100. Ausgabe auf der TIS DVD veröffentlicht.



Mobiler Service für Gehörlose

Nach verschiedenen Anfragen von BMW Kunden, dem BMW Betriebsrat und einer Gehörlosenvertretung hat BMW nun einen neuen Service ins Leben gerufen: Ab sofort können gehörlose BMW Kunden im Pannenfall per SMS den Mobilien Service kontaktieren. In Deutschland sind etwa 100 000 Menschen von diesem Handicap betroffen. Davon fahren rund 3500 einen BMW (Pkw und Motorrad).

Im Pannenfall kann sich der Kunde schriftlich per SMS melden. Die eingehende Nachricht löst in der Münchner Einsatzleitzentrale ein Signal aus. Alle zur Organisation der umgehenden Pannenhilfe notwendigen Informationen können von einem Mitarbeiter der Zentrale ebenfalls per SMS nachgefragt werden. Die Informationen werden an das nächstgelegene Servicemobil gefunkt, das die Pannenhilfe vor Ort ausführt. Bei Pannen im europäischen Ausland oder bei Unfällen folgt eine Weitergabe aller relevanten Informationen an den BMW Auslandsdienst oder die BMW Unfall-

hotline. Der Kunde wird in jedem Fall per SMS über die eingeleiteten Hilfsmaßnahmen auf dem Laufenden gehalten.

Durch den neuen Service wird die Handy-Technik für eine weitere sinnvolle Verwendung nutzbar gemacht. Für gehörlose BMW Kunden bedeutet sie ein Mehr an Sicherheit und einen zusätzlichen Produktvorteil.

Die Kommunikation der Sonder-Rufnummer für Gehörlose erfolgt über die Service-Broschüre „Contact Europa“, über die Online-Medien sowie durch Information an den Gehörlosenverband. ■

Diagnose-News

Regeneration des Partikelfilters

Ab der CD41 bietet das BMW Diagnosesystem die Möglichkeit, bei den Baureihen E60 und E61 die Regeneration des Partikelfilters beim Dieselmotor M57TU mit Hilfe einer Servicefunktion durchzuführen. Obwohl die Regeneration normalerweise im Fahrbetrieb automatisch vom Motorsteuerggerät ausgelöst wird, kann es sinnvoll sein, dies auch während eines Werkstattaufenthalts gezielt vorzunehmen.

Ein möglicher Grund können zu hohe Werte bei der Abgasgegendruckprüfung sein. Das kann vor allem bei Fahrzeugen auftreten, die vorwiegend im Kurzstreckenbetrieb oder Stopp- und Go-Verkehr gefahren werden. Es kann auch sinnvoll sein, das Verhalten des Motors während einer Regeneration dem Kunden „vorzuführen“, wenn dieser Beanstandungen wie „verändertes Schaltverhalten“, „rauer Motorlauf“ oder „verzögertes Ansprechverhalten des Motors“ vorbringt.

Nach dem Anstoß der Regeneration über die Servicefunktion „Regeneration Partikelfilter“ muss das Fahrzeug gefahren werden. Die Regeneration startet, wenn die Kühlmitteltemperatur 75 °C und die Abgastemperatur vor dem Katalysator 240 °C erreicht hat. Der Regenerationsvorgang dauert etwa 20 Minuten. ■

Diagnosehinweise für Motor N52

Für die Kundenbeanstandung „Leistungsmangel“ wurde ein Testmodul erstellt, mit dem alle möglichen Fehlerursachen überprüft werden können, die eine reduzierte Motorleistung zur Folge haben. Das Testmodul wird aufgerufen, wenn das Fehlerbild „1200 Motorsteuerung -1200004 Leistungsmangel“ ausgewählt wird.

Bei der Ansteuerung des E-Lüfters ist darauf zu achten, dass dieser nur bei laufendem Motor aktiviert wird. Eine Ansteuerung unabhängig vom Motorlauf wird erst ab voraussichtlich September 2005 bei Steuergeräten mit neuem Programmstand wieder möglich sein. ■

Auswahl der Baureihe E30

Nach der Umstellung der Baureihenwahl zur CD40 war die Baureihe E30 nur noch über die Z-Reihe (Z1-E30) auswählbar. Ab der CD41 ist dieser Fehler bereinigt. Die Baureihe E30 befindet sich dann zusätzlich unterhalb der Auswahl 3er Reihe. ■



In Szene gesetzt: Die neue Kampagne vermittelt die Felder Service, Teile und Zubehör positiv.

Ins rechte Licht gerückt

Die neue Kommunikationskampagne für den BMW Aftersales ermöglicht es den Betrieben, durch gezielte Werbung die vorhandenen Marktpotenziale besser auszuschöpfen.

Der Aftersales Bereich liefert in den meisten Händlerbetrieben das größte Ergebnis. Die Leistungen im BMW Service binden den Kunden an das Autohaus und an die Marke. Die Aftersales Leistungen tragen daher wesentlich zum wirtschaftlichen Erfolg im BMW Handelsbetrieb bei. Daher ist es ganz besonders wichtig, nicht nur die Leistungen exzellent zu erfüllen, sondern auch die Angebote und die Kraft von BMW Aftersales transparent zu machen und dem Kunden gegenüber mitzuteilen.

Dafür steht der BMW Handels- und Serviceorganisation ab sofort ein wichtiges Instrument zur Verfügung: die neu entwickelte Aftersales Kampagne. Sie ermöglicht es den Betrieben, selbständig für das Thema zu werben und Aufmerksamkeit zu erzeugen. Damit bietet sich die Chance, vorhandene Umsatzpotenziale besser zu erschließen.

Die Kampagne rückt Themen des Aftersales in den Blickpunkt und weckt bei der Zielgruppe – BMW Fahrer und Interessenten für die Marke – zunächst Interesse für Service, Teile und Zubehör. Dem Besucher im Autohaus wird dabei die Wertigkeit des Aftersales deutlich gemacht. Die bewusste Wahrnehmung und die damit einhergehende Wertschätzung des Aftersales durch die Kunden ist für die BMW Autohäuser ein wichtiger Wettbewerbsvorteil und trägt nachhaltig zur Loyalisierung der Kunden bei. Mit der Kampagne gelingt es den BMW Handels- und Servicebetrieben, sich von Mitwerbern wie Serviceketten und freien Werkstätten deutlich abzusetzen.

Auch auf potenzielle Neukunden wirkt die Kampagne positiv. Schließlich belegen Marktforschungen immer wieder, dass die Qualität des Service für die Kaufentscheidung ein wichtiges Argument ist. Die Aftersales Kampagne stärkt dabei das Bewusstsein der Inte-



Wertigkeit des Zubehörs: Auch für Original BMW Zubehör gibt es spezielle Motive, die für unterschiedlichste Werbeformen geeignet sind.

ressenten, sich mit BMW auch für einen Premium Service und für Premium Leistungen zu entscheiden.

Die Kampagne ist modular aufgebaut. Das flexible Baukastensystem ermöglicht eine optimale Anpassung für alle Märkte und für alle Einsatzgebiete. Zugleich sorgt das Spektrum verschiedener Motive dafür, dass die Betriebe den Schwerpunkt ihrer Maßnahmen selbst wählen können. Die aktuellen sieben Motive, die im Laufe des Jahres ergänzt werden, greifen dabei jeweils einen bestimmten Aspekt des Aftersales heraus: BMW Service allgemein, BMW ConnectedService, BMW Service Technologie, BMW Service Inclusive, Original BMW Teile sowie zwei Varianten zum Thema Original BMW Zubehör – einmal Original BMW Leichtmetallräder und einmal Original BMW Front- und Rückfahrkamera.

Neben den unterschiedlichen thematischen Ausrichtungen unterstützt das Baukastenkonzept der Kampagne ein weites Spektrum an Werbe- und Kommunikationsformen. Das Angebot beginnt mit Maßnahmen für den Point-of-Sale im Autohaus. Hier umfasst das Programm Fensteraufkleber, Poster, Infowände, Innenfahnen, aber auch Einschübe für Thekenaufsteller und Schreibtische sowie Spiegelanhänger für Ausstellungs- und Kundenfahrzeuge. Zudem werden Direktmarketingmaßnahmen unterstützt, für die es Mailingkarten, Korrespondenzaufkleber und Rechnungsbeileger gibt. Selbstverständlich stehen auch Materialien für



Das Original zählt: Dieses Motiv betont die Wichtigkeit von Original BMW Teilen.

klassische Werbemaßnahmen in unterschiedlichen Formen zur Verfügung. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, die Kampagne auch im Internet in die BMW Seiten zu integrieren. Auf der BMW.com Seite läuft die Kampagne schon seit März.

Allen Werbemitteln ist ein Grundkonzept gemeinsam. Die von der Marke BMW bekannten Merkmale wie Leidenschaft, Perfektion, Schnelligkeit und die Konzentration auf das Wesentliche werden auf den Aftersales übertragen. Die hochwertige und prägnante Bildsprache schafft nicht nur hohe Aufmerksamkeit, sondern ist auch leicht wiederzuerkennen. Die Kampagne wirkt umso stärker, je mehr Aktionen parallel laufen. Die selbstbewussten und motivierenden Texte unterstreichen zusätzlich den Premium-Anspruch des BMW Aftersales. Der BMW Service Partner wird in jedem Motiv als kompetente Bezugsperson für den BMW Aftersales positioniert, und dem Kunden werden verschiedene Kontaktmöglichkeiten angeboten.

Mit dem modularen Konzept der Kampagne haben die BMW Handels- und Servicebetriebe die Möglichkeit, mit einfach handhabbaren und trotzdem sehr effizienten Mitteln Kunden und potenzielle Neukunden an den BMW Aftersales heranzuführen. Dank des breiten Themenspektrums und der vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten können die Maßnahmenschwerpunkte selbst gesetzt werden. Somit haben die Betriebe mit der Kampagne ein wirksames Instrument, um Marktpotenziale im Aftersales noch besser als bisher auszuschöpfen, sich vom Wettbewerb abzuheben und den Kunden dauerhaft an das Autohaus zu binden. ■

Quiz-Auflösung von Seite 20

Nähere Informationen
im TIS unter:

- | | |
|---------|-------------------------|
| 1. A, C | SI Technik 23 01 04 088 |
| 2. B | SI Technik 16 02 03 036 |
| 3. B | SI Technik 00 08 04 308 |
| 4. B | SI Technik 52 02 04 116 |
| 5. D | SI Technik 51 01 05 122 |

Nähere Informationen
im TIS unter:

- | | |
|---------|-------------------------|
| 6. C | SI Technik 66 01 05 123 |
| 7. A, D | SI Technik 65 04 05 127 |
| 8. C | SI Technik 66 05 04 119 |
| 9. B | SI Technik 65 07 04 105 |
| 10. B | SI Technik 65 07 04 105 |

Exterieursatz für den BMW 7er

Der E65 bis Baujahr 03/05 kann mit einem Nachrüstsatz an die neue Optik des überarbeiteten BMW 7er angepasst werden.

Der erfolgreichste BMW 7er aller Zeiten macht sich fit für die zweite Hälfte des Modellzyklus. Ab Mitte April wird die Modellüberarbeitung des BMW 7er in den Showrooms präsentiert werden. Bis zu diesem Zeitpunkt wurden rund 160 000 Fahrzeuge verkauft, weltweit mehr als vom E38.

Zeitgleich mit der Markteinführung der Modellüberarbeitung des BMW 7er wird für die Fahrzeuge bis Bautermin 03/05 die Möglichkeit angeboten, auf die neue Optik umgerüstet zu werden. Dieses Upgrade ist nicht nur für Kunden interessant, die bereits einen E65 haben, sondern auch für Fahrzeuge aus dem Gebrauchtwagenbestand der Händler.

Der Umrüstsatz ist sowohl für den E65 als auch den E66 erhältlich. Er eignet sich für die Motoren M57, M67, N62 und N73l. Fahrzeuge, die über eine Anhängerkupplung verfügen, können nicht nachgerüstet werden. In diesem Fall wäre eine komplett neue Anhängerkupplung erforderlich. Ebenso sind auch Fahrzeuge nicht aufrüstbar, die über die Adaptive Cruise Control (ACC) verfügen. Außerdem wird die Nachrüstung nicht in Nordamerika angeboten.

Den Karoseriesatz gibt es in acht Versionen. Die jeweilige Teilenummer ist davon abhängig, ob es sich um einen Links- oder Rechtslenker handelt und ob das Fahrzeug über PDC sowie über Adaptives Kurvenlicht (AHL) verfügt. Alle Sätze sind

für die Exterieurlinien Basis und Chromeline geeignet. Zudem stehen in Abhängigkeit von der Motorisierung entsprechende Kühlersätze zur Verfügung sowie je nach Radstand (E65/E66) passende Schweller-Abdecksätze.

Die Einbauzeit ist modell- und motorenhängig. Als Richtwert kann mit 18 Stunden gerechnet werden, zuzüglich erforderlicher Lackierarbeiten. Detaillierte Informationen entnehmen Sie bitte dem ETK, Edition 03/05. Eine Umbauanleitung steht in gewohnter Weise im ASAP zur Verfügung. Die Codierdaten befinden sich auf der CIP CD 03/05. ■



Upgrade für den BMW 7er bis Bautermin 03/2005: Ein Nachrüstsatz verleiht ihm die Optik des überarbeiteten E65.



Neue Räder für den BMW 7er

Für den überarbeiteten BMW 7er ist ein neuer Satz 21 Zoll großer Leichtmetallräder (Sternspeiche 128) erhältlich. Das einteilig gegossene Rad (Größe VA 9Jx21 ET:22, HA 10Jx21 ET:32) kann entweder einzeln oder als Komplettradsatz bestellt werden. Letzterer ist mit Reifen der Dimension 245/35 ZR 21 96Y XL (vorne) und 285/30 ZR 21 100Y XL (hinten) bestückt. Für die Fahrzeuge ab Bauperiode 03/05 ist keine gesonderte Eintragung in die Fahrzeugpapiere erforderlich.

Auch der E65/E66 der ersten Generation kann mit diesem Rad ausgestattet werden. Weil allerdings im Zuge der Modellüberarbeitung auch die Hinterachsaufhängung verändert wurde, ergab sich die Notwendigkeit, die Einpresstiefe (ET) anzupassen, die auf ET:25 reduziert wird. Entsprechend muss bei der Bestellung einzelner Hinterräder oder des Komplettradsatzes unterschieden werden, für welche Modellversion sie zum Einsatz kommen sollen. Die Bestellnummern sind im ETK zu finden.



Neue Generation des Baby Seat 0+ Isofix

Der BMW Baby Seat 0+ Isofix wurde komplett überarbeitet und in Bezug auf einen Seitencrash optimiert. Neben einer neuen Optik erhielt die Babyschale außerdem eine Semi-Universalzulassung nach der neuen Richtlinie ECE-R 44.03. Der Baby Seat ist damit für alle Fahrzeuge zugelassen, in denen er mit dem dazugehörigen Stützfuß eingebaut werden kann.

Darüber hinaus wurde auch der BMW Junior Seat I-II Isofix überarbeitet. Er ist nun zusätzlich mit einem oberen Haltegurt (Top Tether) ausgestattet und kann damit universell in allen Fahrzeugen verwendet werden, die einen dritten Haltepunkt haben.



Mobiler Spaß

Das BMW DVD-System Portable verbindet die Flexibilität mobiler Geräte mit dem Sicherheitsvorteil stationärer DVD-Player.

Ab sofort gibt es für den E90 ohne Diebstahlwarnanlage (SA302) einen portablen DVD-Spieler zum Nachrüsten. Er bietet gerade mitreisenden Kindern, aber natürlich auch Erwachsenen, spannende Unterhaltung auf den Fondplätzen. Im Gegensatz zu den anderen DVD-Systemen, die als Original BMW Zubehör angeboten werden, handelt es sich bei diesem Modell um eine portable Lösung. Das bedeutet, dass das eigentliche Abspielgerät inklusive seines 10,2 Zoll großen TFT-Bildschirms mühelos aus dem Fahrzeug genommen werden kann, zum Beispiel um in einem anderen Fahrzeug wieder installiert zu werden. Dank der flexiblen Stromversorgung des Geräts, das neben dem 12-Volt-Bordnetz auch mit dem eingebauten Akku betrieben oder am 220-Volt-Stromnetz angeschlossen werden kann, kann das DVD-System zum Beispiel auch im Park oder in einem Hotelzimmer zum Einsatz kommen.

Für den Einsatz in BMW Fahrzeugen wird das Gerät in eine Docking-Station am Dachhimmel gesteckt. Auf diese Weise ist der Bildschirm perfekt positioniert und kann von allen Fondpassagieren eingesehen werden. Zudem ist er dort auch für den Fall eines scharfen Bremsmanövers optimal gesichert. Die feste Einheit von DVD-Spieler, Docking-Station und Dach verhindert das Herumfliegen der Teile bei einem Unfall (geprüfte Crash-Sicherheit nach ECE R21).

Im Fahrzeug erfolgt die Audio-Wiedergabe über die mitgelieferten Infrarot-Kopfhörer, außerhalb des Fahrzeugs über die integrierten Lautsprecher. Das Abspielgerät erkennt dabei nicht nur Video-DVDs, sondern auch Audio-CDs, MP3-Dateien sowie die Dateiformate WMA und JPG. Überdies besteht die Möglichkeit zum Anschluss externer Geräte über AV IN/OUT, zum Beispiel einer Spielkonsole, eines Camcorders, einer Stereoanlage oder eines Fernsehers.

Das perfekt in das Fahrzeug integrierte Entertainmentssystem ist ab sofort für den E90 ohne Diebstahlwarnanlage (SA302) verfügbar, ab September auch für Modelle mit Alarmanlage. Zur Jahresmitte wird das System für E53, E83, E60 und E61 erhältlich sein, einige Monate später auch für den E91. Die Einbauzeit beträgt rund viereinhalb Stunden, die Einbauanleitung steht über das ASAP zur Verfügung. ■



Zweiteilig: Das BMW DVD-System Portable besteht aus einem mobilen DVD-Spieler (links) und einem festen Einbausatz für den Dachhimmel.



Bluetooth: Handytyp und Software beachten

Mit den BMW Handy Vorbereitungen mit Bluetooth-Schnittstelle können geeignete Mobiltelefone drahtlos mit dem Fahrzeug verbunden werden. Damit ist Freisprechen möglich und die Bedienung des Telefons erfolgt über die entsprechenden Eingabelemente des Fahrzeugs. Die sichere Arretierung des Handys im Fahrzeug, das Aufladen des Telefonakkus und die Anbindung an eine Außenantenne wird durch einen handy-spezifischen Snap-In-Adapter sichergestellt.

Allerdings wurden bei verschiedenen Mobiltelefonen deutliche Unterschiede bei der Umsetzung des Bluetooth-Standards festgestellt. Außerdem kann diese Umsetzung bei verschiedenen Softwareversionen eines Handys auch unterschiedlich sein. Dies führt dazu, dass es bei der Nutzung einiger Mobiltelefone im Zusammenspiel mit der BMW Handy Vorbereitung mit Bluetooth-Schnittstelle zu einer Beeinträchtigung der Telefonfunktionen und der Sprachqualität kommen kann – ein Umstand, den nicht BMW zu verantworten hat.

Um für die Kunden dennoch eine zufriedenstellende Lösung anbieten zu können, werden einige gängige Mobiltelefone mit Bluetooth-Schnittstelle von BMW kontinuierlich auf Kompatibilität mit den BMW Handy Vorbereitungen überprüft. Dabei werden auch die neuen Softwareversionen der Handys berücksichtigt. Daraus resultiert eine Aufstellung empfohlener Mobiltelefone, die auf den Websites vieler BMW Vertriebsgesellschaften zu finden ist oder von der lokalen Kundenberatung angefordert werden kann.

Wichtig ist, dass die Handyempfehlung stets an bestimmte Softwarestände gekoppelt ist. Sollte daher das Zusammenspiel zwischen der BMW Handy Vorbereitung mit Bluetooth-Schnittstelle und einem empfohlenen Mobiltelefon nicht richtig funktionieren, könnte ein Update der Handy-Software helfen. In diesem Fall haben Kunden die Möglichkeit, sich die neue Handysoftware in entsprechenden Fachgeschäften auf ihr Handy spielen zu lassen oder sich die Software direkt aus dem Internet herunter zu laden.

Nur für empfohlene Handys mit geeignetem Softwarestand kann eine einwandfreie Funktion der BMW Handy Vorbereitung mit Bluetooth-Schnittstelle garantiert werden. Kunden sollten darüber informiert werden. ■

Erweiterte Informationsbasis im ETK

Der neue ETK 1.0 bietet die Möglichkeit, ergänzende Informationsquellen für die Recherche zu nutzen. So kann unter anderem auf die Daten der Applikation „Fahrzeugausstattung“ oder auf die zentrale Datenbank des ETK zugegriffen werden. Außerdem sind Produktinformationen, Sicherheitsdatenblätter und Einbauanleitungen zugänglich. Neben der besseren Treffergenauigkeit und der höheren Datenaktualität bedeuten diese Möglichkeiten eine deutliche Zeitersparnis. Um die Erweiterung des ETK zu nutzen, müssen zunächst die nachfolgend beschriebenen Einstellungen vorgenommen werden.

1. Einstellungen in ETK* Admin:

ETK Admintool starten: Menü „Kommunikation ▶ zur BMW AG...“ – Festlegung, über welchen Zugang Sie zu ASAP verfügen. Menü „Kommunikation ▶ Proxy...“ – Wird für die Nutzung von Internet ein Proxy-Server verwendet? Falls ja, die Einstellungen analog zum Internet-Browser vornehmen. Falls nein, ist diese Einstellung zu vernachlässigen. ETK Admintool schließen.

2. Einstellungen in ASAP

Login ASAP vornehmen. Bei der neuen ASAP Portal CI: Profil „Aftersales“ ▶ Menü „ETK ▶ Kommunikationseinstellungen“ – Aktivieren über Button „Standardwerte“ und Button „Speichern“. Bei der alten ASAP CI: Menü „ETK ▶ Kommunikationseinstellungen“ – Aktivieren über Button „Standardwerte“ und Button „Speichern“. Logout ASAP. Bitte melden Sie sich nach dem Speichern der Einstellungen von ASAP ab.

3. Funktions-Kontrolle

ETK starten. Menü „Teilesuche ▶ spezifische ▶ Fahrzeugteile“ – Eingabe der siebenstelligen Fahrzeugidentifikationsnummer ▶ Hacken setzen bei „Ausstattung ermitteln über zentralen Datenbestand“ ▶ Auslösen der Identifikation über „▶“ Button. Login in BMW Zugangportal (z.B. S-Gate oder Extranet) und Öffnen von ASAP. Wechsel in ETK ▶ Menü „Extras ▶ Ausstattung“. Nun muss eine Liste mit Sonderausstattungen, Farben und Polstern zu sehen sein. ■

*Wenn die zentrale Datenbank genutzt werden soll, muss zusätzlich das Funktionsrecht „zentrale Teilesuche“ dem ETK Nutzer zugewiesen werden. Bitte starten Sie den ETK nach dem Speichern der Änderungen des Funktionsrechts neu, um danach im Menü „Extras ▶ Einstellungen“ das „Suche in...“ im Bedarfsfall von „lokalen Katalog“ auf „zentralen Katalog“ umstellen zu können.

Applikations- übergreifende Suchfunktion in ASAP

Eine neue Suchfunktion erleichtert den täglichen Umgang mit ASAP und beschleunigt damit die Arbeit.

Seit einigen Monaten ist im ASAP (Aftersales Assistance Portal) eine auf einem Thesaurus basierende Suchfunktion, die applikationsübergreifend arbeitet, verfügbar. Mit dieser Suchfunktion kann der Benutzer über alle ihm zugänglichen Applikationen und Dokumente in ASAP suchen (diese können je nach Nutzer unterschiedlich sein). Beispielsweise sind dies Einbauanleitungen, Produkt Informationen, FAQ des Teiletechnischer Support, PIAS oder Info-Dokumente.

Der Suchdialog befindet sich links oben auf der Startseite von ASAP und ist immer im Portal-Fenster sichtbar (siehe unten links). Im Suchfeld können auch mehrere, durch Leerzeichen getrennte Suchbegriffe eingegeben werden. Folgende Suchbegriffe sind hierbei möglich:

- Teilenummer (sieben- oder elfstellig)
- Baureihe (zum Beispiel E46)
- Modell (zum Beispiel 316i)
- Schlüsselwort (zum Beispiel Klimaanlage)

Man kann die Art des Suchbegriffs (siehe Auswahlmenü im Suchdialog) wie etwa eine Teilenummer einschränken, so dass dann nur über diese Suchart gesucht wird.

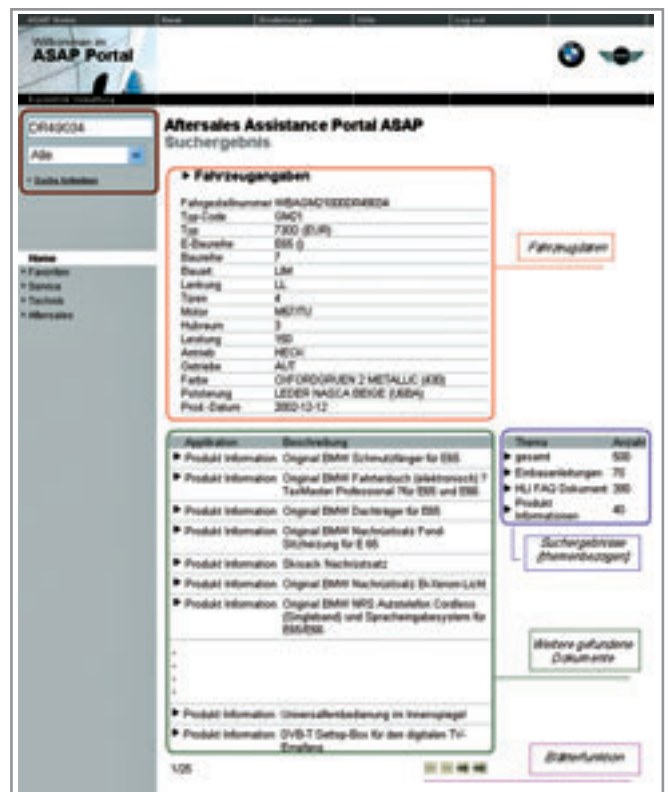
Werden in das Suchfeld die letzten sieben Stellen einer Fahrgestellnummer eingegeben, so werden die Fahrzeugdaten aus der Applikation „Fahrzeugausstattung“ angezeigt (siehe rechts). Als Zwischenergebnis werden Dokumente, die einen oder mehrere der Suchbegriffe enthalten, über die ver-

schiedenen Portal-Applikationen ermittelt. In diesem Beispiel werden Ergebnisse aus den Applikationen Einbauanleitung, Produkt Information und Teiletechnischer Support angezeigt. Die Suchergebnisse werden dabei themenbezogen dargestellt.

Für eine mehrseitige Trefferliste gibt es die Blätterfunktion. Auf der rechten Seite wird die Anzahl der Treffer für die unterschiedlichen Themen dargestellt. Es besteht die Möglichkeit, die Dokumente direkt aus der Trefferliste heraus zu öffnen. Man kann jederzeit durch Klicken auf „Suche fortsetzen“ zum ursprünglichen Suchergebnis zurückkehren.



Direkter Zugriff: Die Suchfunktion befindet sich auf der Startseite links oben.



Suche nach Fahrgestellnummer: Hier erscheinen fahrzeugspezifische Daten.



Neu strukturiert

Dem Betriebsstart des Dynamikzentrums folgt eine Neuausrichtung der Werke 02.20/02.80.

Wie in der letzten Ausgabe des BMW Aftersales Magazins berichtet, ist das neue Dynamikzentrum (Werk 02.70) zum 1. Januar 2005 erfolgreich in Betrieb gegangen. Die Aufmerksamkeit der letzten Monate beschränkte sich jedoch nicht nur auf das Dynamikzentrum. Im Rahmen des ZTA-Strukturprojekts (Zentrale Teile Auslieferung) wurden auch bis Ende 2005 umfangreiche Umbaumaßnahmen in den Werken 02.20 und 02.80 geplant.

Das Werk 02.20 wird zum Kompetenzzentrum für Klein- und Mittelteile ausgebaut. Bereits im Januar 2005 ging ein neuer, hochmoderner Ringsorter in Betrieb, der für eine vollautomatische, kundenbezogene Zusammenführung der kommissionierten Teile sorgt. Er entlastet damit die bestehende Leichtfördertechnik und stellt sicher, dass der Füllgrad der Drehstapelbehälter zunimmt, die Kommissionierung effizienter wird und langfristig Verdichterkapazitäten zur Verfügung stehen. Die Anlage ist für zukünftige Anforderungen flexibel erweiterbar.

Für die Lagerung und Abwicklung von nicht sortierfähigen Klein- und Mittelteilen werden die Hallen 86.0 und 86.3 mit neuen Regalanlagen bestückt. Diese werden Platz für rund 50.000 Teilenummern bieten. Die Gesamtkosten der Um-

baumaßnahmen belaufen sich hier auf etwa vier Millionen Euro.

Die neue Regalanlage wird so flexibel gestaltet, dass mit wenig Aufwand verschiedene Behälterarten gelagert werden können. Vor der Installation der Regale wird der komplette Hallenboden saniert, da die Bodenbeschaffenheit nicht den Anforderungen der neuen Regalanlage entspricht. Im Obergeschoss der Halle 75 erfolgt im ersten Schritt die Installation eines Fachbodenregals. Im vierten Quartal wird ein neues Modullager mit automatischem Nachschub gebaut.

Das Werk 02.80 wird zum Kompetenzzentrum für langsamgängige Großteile umgebaut. Zur Optimierung der logistischen Prozesse wird das Durchflussprinzip realisiert, das heißt kurze Wege zwischen Wareneingang und Warenausgang. Um langfristige Kapazitäten für die Glasverpackung sicherzustellen, wurde eine neue Glasverpackungsmaschine beschafft. Der Durchsatz wird dadurch nahezu verdoppelt. ■



Neuausrichtung: Im Werk 2.20 werden jetzt vor allem Klein- und Mittelteile produziert.

SRD international erfolgreich

Das Bestandsmanagement-System SRD (Supply and Replenishment Dealership) hält Einzug in weitere Märkte und wird zukünftig auch für die Motorradsparte zum Einsatz kommen.

Schon vor einiger Zeit wurde im BMW Aftersales Magazin berichtet, dass SRD (Supply and Replenishment Dealership) international schrittweise Einzug in die Handelsorganisation hält. Das innovative System optimiert die Prozesse des Bestandsmanagements bei den Händlern. Wichtigstes strategisches Ziel ist es, die Kundenzufriedenheit am Point of Sale (PoS) abzusichern. Doch auch die Optimierung der Prozesskosten stand und steht weiterhin im Fokus von SRD.

Durch den automatischen Nachschub und die bedarfsgerechte Teileversorgung ergeben sich mehrere Vorteile. So wird die Verfügbarkeit der Teile sowohl im Gesamt- als auch im Nachschubsortiment gesteigert. Ebenso kann der Umschlagfaktor erhöht werden. Die Erfahrungen aus den Märkten, in denen das System bereits eingeführt ist, zeigen zudem, dass der Lagerbestand der Händler optimiert wurde. Gleichzeitig werden sowohl das Obsoletsortiment, also der Bestand an ungebräuchlichen Teilen, als auch die „Lost Sales“ (entgangene Umsätze durch nicht verfügbare Teile) positiv beeinflusst.



Ohne größere Lagerhaltung: Das Bestandsmanagement-System SRD hilft, die Teileverfügbarkeit zu erhöhen.

Nach dem deutschen Markt wurde SRD in Italien, Österreich, Belgien und Spanien eingeführt. Damit laufen bereits jetzt rund 40 Prozent des weltweiten Teileumsatzes über das System. Im November 2004 war die Installation von SRD in Spanien abgeschlossen. Dabei übernimmt der Markt eine Pilotfunktion, weil erstmals auch die Teile für BMW Motorräder über SRD automatisch nachgeliefert werden. Zunächst wurden 63 der insgesamt 83 spanischen Automobil-Vertriebspartner mit SRD ausgestattet. Darunter sind 28 Händler, die sowohl Pkw- als auch Motorrad-Teile vertreiben.

Noch eine weitere Neuerung war bei der Einführung von SRD in Spanien zu verzeichnen: Erstmals wurde das Training in Zusammenarbeit mit der BMW Group Trainingsakademie durchgeführt, um neben den fachlichen auch die didaktischen Anforderungen zu erfüllen. Das Trainingsprogramm wurde in den Katalog „Internationales Nicht-technisches Trainingsprogramm 2005“ aufgenommen. Es kann selbstverständlich auch von Personen belegt werden, die bereits mit SRD arbeiten.

SRD wurde in Spanien überaus positiv aufgenommen. Im Rahmen der Aftersales-Strategie „Parts New World“ wurde von BMW Spanien entschieden, SRD als festen Bestandteil zu definieren. Als Folge werden alle BMW Automobil- und nahezu alle BMW Motorradhändler auf SRD umgestellt, womit das Ziel einer hohen Marktabdeckung erreicht werden soll.

Noch im laufenden Jahr 2005 wird SRD in Frankreich, der Schweiz und in den Niederlanden flächendeckend eingeführt. Mittelfristig ist die Einführung von SRD auch in Überseemärkten geplant. ■



Start frei

Die neue BMW WilliamsF1 Team Kollektion geht ins Rennen – genauso wie ein neues Highend-Fahrrad von BMW.

Rechtzeitig zum Saisonstart der Formel 1 wurde die neue BMW WilliamsF1 Team Kollektion vorgestellt, die einmal mehr eine perfekte Mischung aus Style und Funktionalität besitzt. Neben der Fashion Linie (Ladies, Men, Kids) umfasst die Kollektion raffinierte Accessoires, die Produkte der Mark Webber und Nick Heidfeld Fahrerkollektion sowie die Road Couture von PUMA.

Zur neuen Team Kollektion gehören T- und Polo-Shirts, der Mens Windbreaker Race und auch ein Businesshemd. Die Damenlinie umfasst unter anderem das Dress Performance, das Top Ladies Performance, eine „Wohlfühl-Jacke“ aus Nicki und das Ladies Jacket Race. Praktisch und chic zugleich ist auch die neue umfangreiche Taschenkollektion. Frische Farben bietet die Fahrerkollektion von Mark Webber. Mit Gelb und Grün, den australischen Landesfarben, setzt die Linie farbenfrohe Akzente. Sie besteht unter anderem aus T-Shirts und Jacken für Herren und Damen sowie Fahrer Caps. Zusätzlich wurde für die Saison zusammen mit PUMA erneut eine umfangreiche Kollektion entwickelt, die hochwertige Bekleidung sowie coole Accessoires umfasst.

Neues gibt es auch im Segment der BMW Fahrräder. In diesem Jahr wird mit der Vorstellung der New Bike Generation ein neues Kapitel aufgeschlagen. Das Besondere an der New

Bike Generation ist das außergewöhnliche und einzigartige Design, gepaart mit technischen Qualitäten, die es in jeder Beziehung – auch bei Preis- und Margenpolitik – mit den Wettbewerbern Specialized, Scott und Cannondale aufnehmen können.

Im Frühjahr 2005 wird mit einem Cruisebike, einem Touringbike sowie einem Mountainbike gestartet. Das Programm wird durch verschiedene Bike Accessoires ergänzt. Darunter ist ein außergewöhnlicher Fahrradhelm mit einer an das Design der Bikes angepassten Formensprache.

Im Pilotmarkt Deutschland werden die Bikes erstmalig auch über den Fahrradfachhandel vertrieben und gewartet. ■



Für Anspruchsvolle: Sportliches für Sie und Ihn aus der neuen BMW WilliamsF1 Team Kollektion und von PUMA for BMW. Hightech und Perfektion bietet überdies auch die BMW New Bike Generation.

Besondere Ansprüche

Verkaufsrekorde auf der einen Seite, unterschiedliche Märkte auf der anderen Seite und eine sehr anspruchsvolle Kundschaft machen die Aftersales Arbeit bei BMW Asia nicht leicht.

Das Jahr 2004 war für die BMW Asia Pte Ltd, dem Regionalbüro der BMW Group für den ostasiatischen Raum (ohne Japan), von herausragender Bedeutung – vor allem, weil mit 2922 BMW Neufahrzeugen im Kernmarkt Singapur ein neuer Verkaufsrekord erzielt wurde. Über die Hälfte dieser Fahrzeuge waren BMW 5er, BMW 6er und BMW 7er.

Anlass zur Freude gab der BMW 7er noch aus einem anderen Grund: Zum dritten Mal in Folge lagen seine Verkaufszahlen über denen der anderen Premiummarken in diesem Segment. Auch ein ganz anderer Aspekt machte das Jahr 2004 so bedeutungsvoll: BMW Asia zog in neue, größere Räumlichkeiten um.

Das Regionalbüro mit Sitz in Singapur besteht bereits seit 1985 und be-

sitzt zwei wesentliche Aufgabenfelder: Zum einen betreut es die Importeure in dieser Region und analysiert zukünftige Märkte. Zum anderen unterstützt es die Tätigkeiten der in dieser Region angesiedelten BMW Tochtergesellschaften. Das betrifft Bereiche wie Vertrieb, betriebliche Audits, Financial Services, betriebliche Sicherheit, Direktverkäufe und Sonderfahrzeuge, Merchandising und Lifestyle-Produkte sowie Angelegenheiten des Konzerns. Außerdem war BMW Asia beim Aufbau der BMW Tochtergesellschaften in Schlüsselmärkten wie Korea, Thailand, Indonesien, den Philippinen und Malaysia involviert.

In der Funktion als Koordinator für die Importeure betreut BMW Asia neben Singapur auch Brunei, Vietnam, Sri Lanka, Bangladesch, Nepal, Guam, Neukaledonien, Tahiti und Fiji. Zu Jahresbeginn 2005 wurde BMW Asia auch die Verantwortung für den indischen Markt übertragen, während gleichzeitig

mit Analysen des mongolischen Markts begonnen wurde.

Die Unterschiedlichkeit der einzelnen Märkte wird deutlich, wenn man sich die geografischen und klimatischen Gegebenheiten vor Augen führt: Allein die Reisezeiten in die einzelnen Märkte betragen in den Westen (Indien) fünf Stunden, in den Norden (Mongolei) zehn und in den Osten (Tahiti) 16 Stunden. Im Februar liegt zwischen der Mongolei (-23 Grad Celsius) und Singapur (34 Grad Celsius) ein Temperaturgefälle von über 50 Grad Celsius.

Erschwert wird das Handeln durch die vielfältigen Vorschriften in dieser heterogenen Region. Hier gibt es Märkte mit links- und rechtsgelenkten Fahrzeugen und verschiedene Importstrategien wie CBU (completely built up) und

Foto: Wydeau



Zentral für viele Märkte: Das Regionalbüro Ostasien ist in Singapur angesiedelt.



Asienexperte: Aftersales-Manager Bernhard Schneider ist schon lange in der Region.



Auf höchstem Niveau: Die neuen Showrooms in Bangladesch, ...

CKD (completely knocked down) sowie Ausführungen nach den Normen ECE und US. Dazu kommen unterschiedlich hohe Einfuhrzölle auf Automobile, aber auch auf Teile und Zubehör.

Trotzdem gilt es überall, die Standards und Corporate Identity der BMW Group umzusetzen. Aktuelle Beispiele dafür sind das Servicezentrum des neuen Importeurs in Bangladesch oder der neue Showroom mit Servicezentrum in Neukaledonien, die beide auf dem höchsten Niveau liegen. Alle neuen Importeure besitzen Showrooms und Servicecenter, die über die vollständigen Einrichtungen für Chassis- und Lackierarbeiten verfügen und selbstverständlich sämtliche BMW Qualitätsstandards erfüllen. Tatsächlich belegen Umfragen und Untersuchungen, dass alle BMW Partner in dieser Region sich in höchstem Maße mit den Standards der BMW Group identifizieren.

Den Bereich Aftersales leitet bei BMW Asia seit Januar 2004 Bernhard Schneider, der auf diese Aufgabe bes-

tens vorbereitet ist. Von 1996 bis 1998 war er für das regionale Schulungszentrum von BMW Asia verantwortlich und im Anschluss daran Aftersales-Regionalleiter. 2001 kehrte er als Projektmanager für das Joint-Venture in China in die BMW Zentrale nach München zurück, bevor er Anfang 2004 als Aftersales-Gesamtverantwortlicher nach Singapur wechselte.

Bernhard Schneider weiß genau, wie hoch die Erwartungen der Kunden an die Marke BMW sind – schließlich kostet ein BMW in dieser Region aufgrund der hohen Zölle und Steuern rund zwei- bis dreimal so viel wie in Deutschland. „Wir sehen das als besondere Herausforderung und als Anspruch, höchste Standards in allen Bereichen des Aftersales zu setzen. Das beginnt mit der technischen Einrichtung des Betriebs und muss bis zum Training der technischen Mitarbeiter, aber auch der nicht-technischen Mitarbeiter bei Empfang und Beratung konsequent fortgesetzt werden.“

„Die Maßnahmen der Premium Service Strategie, die schrittweise umgesetzt werden, unterstützen unser Ziel, die Kundenzufriedenheit zu bewahren und weiter auszubauen“, erläutert Bernhard Schneider. Zusammen mit seinem Team sieht er dabei die Qualifizierung der Mitarbeiter in den einzelnen Märkten als die wichtigste der vielen anstehenden Aufgaben. Auch wenn es gegenwärtig viele erfahrene und qualifi-

zierte BMW Techniker und BMW Service Berater gibt, so besteht die Herausforderung darin, sie stets auf dem aktuellen Wissensstand der neuesten Technologien zu halten – erst recht vor dem Hintergrund der weiter andauernden Modelloffensive.

„Wir werden das Ziel auf mehreren Wegen erreichen“, analysiert Bernhard Schneider die Situation: „Abgesehen davon, dass die Importeure ihre Mitarbeiter zu uns in das regionale Schulungszentrum schicken, werden wir auch unsere Trainer in die einzelnen Märkte senden. Und schließlich werden auch noch Service- und Teile-Experten der BMW Group in die Regionen reisen und in Räumlichkeiten der Importeure zusätzliche Schulungen abhalten.“ Das ist man dem dynamischen, aber extrem schwierigen Wachstumsmarkt mit seiner anspruchsvollen Kundschaft eben schuldig. ■



... Brunei (oben) und Neukaledonien. Sie verfügen auch über modernste Servicecenter.



Vielfalt: Die BMW Vertriebsregion Ostasien weist nicht nur geografische, klimatische und wirtschaftliche Unterschiede auf, sondern auch kulturelle. Im Bild das Taj Mahal in Agra, Indien.

Foto: Wydeau

BMW Aftersales

Eine internationale
Publikation für
Mitarbeiter der BMW
Handels- und Service-
organisation



Freude am Fahren

Impressum

Aftersales erscheint drei- bis viermal jährlich und wird in 14 Sprachen (Deutsch, Englisch, Französisch, Indonesisch, Japanisch, Koreanisch, Niederländisch, Portugiesisch, Slowakisch, Slowenisch, Schwedisch, Spanisch, Thailändisch, Chinesisch) an Service- und Teilevertriebsmitarbeiter in nahezu 90 Ländern versandt.

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

BMW Objektleitung: Henrike Seiffer, VT-A-4,
E-mail: henrike.seiffer@bmw.de

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

Auslandsausgaben:

Indonesien: BMW Indonesia, Jakarta; Japan: BMW Japan Corp. Chiba;
Korea: BMW Korea Co., Ltd., Seoul; Slowakische Republik: AWT Bavaria S. R. O., Bratislava;
Slowenien: Avto Aktiv d.o.o., Ljubljana; Thailand: BMW (Thailand) Co., Bangkok;
USA: BMW of North America, LLC., Woodcliff, NJ

Nur für den internen Gebrauch in der BMW Handels- und Serviceorganisation.
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der BMW AG, VT-A-4.
04/05, 40000