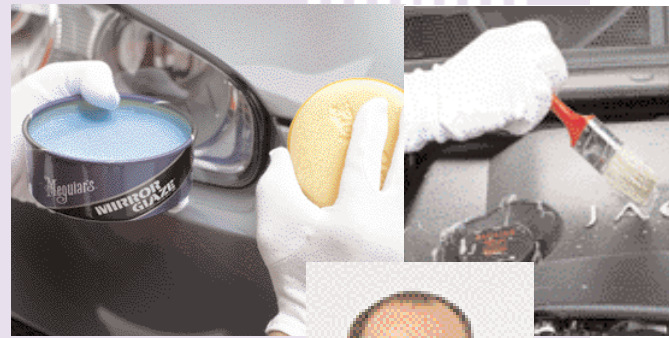




Magische Hände

Die Experten von Auto Magic sind an fünf eigenen Standorten und in immer mehr Autohäusern aktiv.



Mag. Oliver Wieselthaler

Von der Handwäsche um 24,90 Euro über die Lederreinigung (44,90 Euro) bis zur Cabriovertreck-Reinigung um 124,90 Euro: Das Angebot von Auto Magic ist vielfältig und wird immer öfter nachgefragt. „Derzeit haben wir fünf eigene Standorte in Wien, Baden, Graz, Klagenfurt und Villach“, sagt Mag. Oliver Wieselthaler: Die 140 Mitarbeiter beschäftigen sich auch mit Klimaanlage-Desinfektionen, Tiefenextraktion von Textilien und der Lotosversiegelung – einer sehr harten und Schmutz abweisenden Wachs-schicht, die in mehreren Schritten auf den Lack aufgetragen wird.

In der Autopflege ist Auto Magic seit 20 Jahren aktiv und auch der Kleinschadenbereich wird immer stärker: „Das Ausbessern von Kratzern

und Beulen läuft dank neuer Techniken viel besser, als wir uns vor drei, vier Jahren gedacht haben“, sagt Wieselthaler. Das Konzept wird mittlerweile in 20 Autohäusern angeboten: So wird beispielsweise die Gratisreinigung nach einem Service vom Auto-Magic-Team erledigt. „Wir animieren die Autohäuser dazu, aktiv hochwertige Produkte an die Kunden zu verkaufen“, sagt Wieselthaler. So könne zur kostenlosen Außenreinigung auch die eingangs erwähnte Palette an Dienstleistungen angeboten werden. Insgesamt 70 Autohäuser werden von Auto-Magic-Mitarbeitern in irgendeiner Form betreut.

In den nächsten Jahren ist ein weiterer Ausbau des Filialnetzes geplant. ● (MUE)

Platz an der Sonne

Die Beleuchtung der Fahrzeuge ist ein technisch anspruchsvolles Feature, das

für die Sicherheit der Lenker und übrigen Verkehrsteilnehmer von herausragender Bedeutung ist. Dieser Fertigungsbereich war in den letzten Jahren von Konzentrationsgrenzen geprägt.

Bemerkenswert war in dem Zusammenhang vor allem die Bildung von Automotive Lighting im Jahr 1999 – zunächst als Joint Venture von Bosch und Magneti Marelli. Schon vorher hatte der italienische Zulieferer unter anderem Lucas Lighting geschluckt. Im Jahr 2001 kam der Rückleuchterspezialist Seima zu dem Konglomerat. Und 2003 hat Magneti Marelli schließlich das Unternehmen zu 100 Prozent übernommen.

Vor diesem Hintergrund unterstreicht der Konzern – mit der Magneti Marelli Aftermarket GmbH Deutschland in unseren Breiten auch im freien Ersatzteilmarkt aktiv – gegenüber AUTO & Wirtschaft die Rolle der Nummer 1 von Automotive Lighting auf dem gesamten Leuchtensektor (Frontscheinwerfer und Rückleuchten) in Europa.



entwicklung verzeichnen. Der Absatz stieg von 1,1 Milliarden Euro im Jahr 2004 auf 1,4 Milliarden in 2006 und 1,6 Milliarden in 2008. Die Produktion erfolgt in 13 Standorten in Europa sowie vier bzw. sechs Niederlassungen am amerikanischen

Kontinent bzw. in Ostasien.

Das Unternehmen arbeitet in der Erstausrüstung in Entwicklung und Zulieferung mit allen führenden europäischen Automobilherstellern zusammen. Entsprechend leistungsfähig und umfangreich ist das Sortiment im Aftermarket. Der hohe technische Stellenwert des Unternehmens spricht aus der Marktführerschaft im Bereich des aus der Militärtechnik stammenden Infrarotlichtes. ● (LHO)

Stürmisches Wachstum

Im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts konnte Automotive Lighting eine dynamische Umsatz-