



## Castrol Motorrad Werkstatt-Training

► In den historischen Gebäuden von Castrol in Pangbourne bei London wurden rund 50 Fachhändler aus Deutschland geschult.

Im Castrol Technologie-Zentrum in Pangbourne, England, gab es für ca. 50 Fachhändler aus ganz Deutschland ein Motorrad- und Scooter-Werkstatt-Training. In zwei Gruppen und vier Tagen wurden die Händler von Detlef Becker, dem Castrol Vertriebsleiter Motorrad-schmierstoffe, und Stefan Schmidt, PR & Kommunikations Manager Castrol, über Historie, Forschung, Inhalte und Vorteile von Castrol Schmierstoffen informiert und geschult. In der Technologie-Zentrale in Pangbourne, die auf Wurzeln aus dem Jahr 1876 zurückgeht, waren die Voraussetzungen dafür ideal. In den hochmodernen Labors mit den modernsten technischen Geräten konnte sich der Fachhandel direkt selbst von der aktuellen Entwicklung von Castrol-Schmierstoffen überzeugen. So kommt Pangbourne als Zentrum der Technologie von Schmierstoffen eine



Schlüsselrolle in der internationalen Entwicklung mit Herstellern, Importeuren und Erstausrüstern zu. Die Technologie-Zentrale ist in fünf Bereiche aufgeteilt: technischer Service, Forschung & Entwicklung, Technologie, Produktanalyse und Produkttest. Einzigartig sind die Testeinrichtungen. In hochmodernen Motorenprüfständen können alle Arten von Motoren – PKW und Motorrad – getestet werden. Dabei kann man die verschiedenen Alltagsbedingungen simulieren, ob Rennstreckenmodus oder die tägliche Fahrt von Zuhause auf die Arbeit, ob Sommer oder Winter. Mit all diesen erforschten Informationen erhalten die wichtigsten Hersteller und Erstausrüster eine breite Basis an Technologie und Entwicklungsarbeit. So erhielten alle Teilnehmer das Basiswissen nicht nur über die Funktionalitäten der Motorenöle, sondern



**Das Castrol Team (v.l.n.r.): Detlef Becker (48) ist Vertriebsleiter Motorradschmierstoffe und seit 19 Jahren im Unternehmen, davon sechs Jahre in Pangbourne. Stefan Schmidt (41) ist seit 14 Jahren bei Castrol und seit 2007 im Marketing verantwortlich für den Bereich Motorradschmierstoffe, Kfz- und Teilehandel für freie Werkstätten. David Taylor (29) ist seit elf Jahren im Unternehmen. Er ist Koordinator für Besucher in Pangbourne.**



Im Castrol Technologie Zentrum in Pangbourne, folgen die Händler aufmerksam den Ausführungen von Detlef Becker. Auch alteingesessene Händler staunten über die Einsatzgebiete und über die Vorteile von Castrol Schmierstoffen. Mit Detlef Becker fand man einen Meister für Fragen ums Thema Öl und Motoren.

### Kleine Historie

Die Geschichte von Castrol beginnt 1899 mit der Gründung von CC Wakefield & Co. Die Firma und der Name hielten bis zum Jahre 1960, als sie in Castrol geändert wurden. Die Burmah Oil Co. kaufte Castrol 1966 und benannte sich 1990 zu Burmah Castrol Plc um. Schließlich wurde die Burmah Castrol Plc von der BP im Jahre 2000 übernommen. Das ist der Stand der Dinge bis heute.



1909 entstand das erste Öl auf Rizinusbasis für Flugzeuge. 1935 kamen die ersten Additive ins Spiel. 1953 gab es das erste Mehrbereichsöl, Castrolite und 1968 kam schließlich das legendäre Castrol GTX. 1974 folgte das erste voll-synthetische Motorenöl Formula RS. Und 1995 kam ein Öl mit der Viskosität 0W-30. Ein weiterer Meilenstein gelang Castrol mit dem Formula SLX LongLife II. Bei VW gab es ab sofort Motoren mit einem Ölwechselintervall von sage und schreibe 50.000 km. 2006 hatte das Power 1 Premiere. Und 2009 folgte mit Power1 ein mit BMW entwickeltes Motorradprodukt.

auch viel Hintergrundwissen von der Zusammensetzung des Motorenöles bis hin zu den Additiven und Viskositätsverbesserern. Ein klarer Augenmerk waren die großen Einsatzgebiete von Castrol-Schmierstoffen im Zweiradbereich sowie

die Vorteile eines guten Öls, so z. B. der Verschleißschutz. Mit den richtig eingesetzten Additiven verringert man an bestimmten Bauteilen deutlich den Verschleiß und erhöht dadurch sogar die Leistung und verbraucht weniger Kraftstoff.



**Hartje by Castrol: Deutschland Vertriebspartner Hartje betreute die Händlerschaft in Pangbourne. V.l.n.r.: Heinrich Eilfgang – ADM West, Roy Bettmer – ADM Ost und Koordination Außendienst, André Veith – Vertriebsleitung und Daniel Huppertsberg – Innendienst Einkauf Castrol.**

### Händler im Interview

**Ingo Borrmann, Assmann GmbH, Neubrandenburg. Marken: Yamaha und BMW**

**Schmierstoff ist doch nicht gleich Schmierstoff. Die Unterschiede sind groß. Hätten Sie das erwartet?**



Ja, aber wir hätten das eigentlich auch nicht anders erwartet.

**Was hat Ihnen bei diesem Seminar besonders gefallen?**

Besonders gut war die Atmosphäre, es war nicht aufgesetzt, sondern locker und trotzdem fachlich sehr fundiert, dank Herrn Becker. Ich hatte keine Scheu Fragen zu stellen und bei den anderen war es nicht anders. Es gab viele Informationen in verständlichem Deutsch.

**Welchen Vorteil sehen Sie nun für sich und Ihren Kunden?**

Dank der Informationen können wir das Produkt Öl viel besser mit seinen Eigenschaften erklären, vor allem die Unterschiede. Kein Biker will seinem Bike schaden. Wenn's am Öl liegt, war es kein Castrol!

PS: Danke nochmal an Hartje.

**Harald Schätzchen, MCF-Motorradcenter Berlin. Marken: Suzuki, Hyosung, Derbi, Kymco.**

**Nicht jeder Schmierstoff ist gleich. Die Unterschiede sind groß. Hätten Sie das erwartet?**

Ja. Ich hatte von Castrol schon einmal vor einigen Jahren in Oschersleben eine Ölschulung.

**Was hat Ihnen besonders gefallen?**

**Daniel Beyer, Bike-Ranch-Wismar. Marken: Suzuki, Piaggio, Aprilia.**

**Schmierstoff ist nicht gleich Schmierstoff. Die Unterschiede sind groß. Hätten Sie das erwartet?**

Ich habe schon einen Unterschied erwartet. Gute und marktgerechte Produkte zu entwickeln ist letztendlich mit einem riesigen Aufwand verbunden. Die Hersteller, die an dieser Stelle viel Arbeit und Geld investieren, werden natürlich auch stets die Nase vorn haben. Allerdings werden sich auch die Kosten dieser Entwicklungsarbeit in den Preisen der Produkte widerspiegeln. Der Kunde muss dann entscheiden, ob ihm ein Top-Produkt auch ein bisschen mehr Geld wert ist

**Was hat Ihnen am Seminar besonders gefallen?**

An dieser Stelle erst einmal ein riesiges Kompliment an die Veranstalter. Das Seminar war super organisiert und sehr informativ. Besonders inte-



Die Kompetenz und die Tiefe, mit der das Thema angegangen wurde.

**Welchen Vorteil sehen Sie nun für sich und Ihren Kunden?**

Wenn Kunden die kleine Ölkunde lesen, ist es einfacher Öl zu verkaufen und gegen die Baumärkte zu bestehen. Gleichzeitig kann man den Kunden einen tieferen Einblick ins Thema Öl gewähren, wenn der Kunde sich dafür interessiert.

ressant fand ich den Gang durch das Entwicklungszentrum. Hier konnte man die Arbeit der Ingenieure hautnah miterleben und hat einen Einblick in die Abläufe der Entwicklungsarbeit bekommen.

**Welchen Vorteil sehen Sie nun für sich und Ihren Kunden?**

Als Motorradhändler hat man ja ständig mit Schmierstoffen zu tun und man bekommt hier und da einige Informationen von den Herstellern. Aber bei diesem Seminar haben alle Teilnehmer einen tiefen Einblick in das umfangreiche Thema Schmierstoffe bekommen, um dieses Wissen auch besser an den Kunden weitergeben zu können. Das ist meiner Meinung nach ein wichtiges Instrument, um hochwertigere Produkte verkaufen zu können.

